



Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale in

Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici

LM-49 (Progettazione e gestione dei sistemi turistici)

Tesi di Laurea

**Il Turismo in Niger: Revenue Management e
Confronto tra Strutture Ricettive Locali e
Internazionali**

Relatore

Ch.mo Prof. Andrea Ellero

Laureando

Souleymane Souley Seydou Matricola 893726

Anno Accademico

2023 / 2024

Sommario

INTRODUZIONE.....	5
<i>Contestualizzazione del tema.....</i>	<i>5</i>
<i>Scopo e obiettivi della ricerca.....</i>	<i>6</i>
<i>Metodologia di ricerca.....</i>	<i>6</i>
1. IL TURISMO IN NIGER.....	8
<i>1.1. Profilo del Niger come destinazione turistica.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2. Storia del turismo nel paese.....</i>	<i>17</i>
<i>1.3. Tendenze attuali e prospettive future del turismo</i>	<i>23</i>
2. STRUTTURE RICETTIVE IN NIGER.....	28
<i>2.1. Tipologie di strutture ricettive.....</i>	<i>28</i>
<i>2.2. Distribuzione geografica delle strutture</i>	<i>31</i>
<i>2.3. Analisi delle caratteristiche e dei servizi</i>	<i>37</i>
3. REVENUE MANAGEMENT NEL CONTESTO NIGERINO	46
<i>3.1. Concetti di revenue management</i>	<i>46</i>
<i>3.2. Applicazioni del revenue management nel settore alberghiero.....</i>	<i>50</i>
<i>3.3. Strategie adottate dalle strutture ricettive nigerine</i>	<i>58</i>
4. DIFFERENZA TRA STRUTTURE RICETTIVE LOCALI E INTERNAZIONALI IN NIGER	65
<i>4.1. Caratteristiche delle strutture ricettive locali.....</i>	<i>65</i>
<i>4.2. Caratteristiche delle strutture ricettive internazionali</i>	<i>71</i>

4.3. Confronto tra le strutture ricettive locali ed internazionali	77
5. ANALISI DI ALCUNE STRUTTURE A CARATTERE LOCALE E INTERNAZIONALE	83
5.1. Analisi di alcune strutture ricettive locali	83
5.2. Analisi dettagliata di alcune strutture ricettive internazionali	91
5.3. Confronto tra le strutture locali internazionali analizzate.....	100
CONCLUSIONI	106
APPENDICI	108
BIBLIOGRAFIA.....	122
RINGRAZIAMENTI	127

INTRODUZIONE

Contestualizzazione del tema

Il turismo è uno dei settori economici e culturali più influenti di oggi, con la capacità di attrarre investimenti, creare posti di lavoro e promuovere lo scambio culturale. Il turismo è un catalizzatore della crescita economica che può aiutare a diversificare le economie dei paesi in via di sviluppo, come quelli africani, che tradizionalmente si basano sull'agricoltura o sulle risorse naturali.

Con le sue bellezze naturali e culturali, il Niger ha molti potenziali per il turismo, ma presenta notevoli problemi di sicurezza e infrastrutture. Le attrazioni naturali, come il deserto del Sahara e il Parco Nazionale W, offrono opportunità per il turismo naturalistico, mentre i siti archeologici e i festival culturali attirano i visitatori che vogliono vivere esperienze autentiche.

Il turismo è un'opportunità per il governo del Niger di espandere la sua economia, ma lo sviluppo è limitato da infrastrutture moderne e una promozione turistica sufficiente. Le strutture ricettive sono essenziali per far crescere il turismo e assicurarsi che i visitatori abbiano un'esperienza sicura e confortevole. Le strutture locali, spesso gestite da famiglie, offrono esperienze tradizionali e aiutano l'economia locale, pur affrontando problemi di standardizzazione e visibilità. Al contrario, le strutture internazionali attirano una clientela diplomatica e d'affari con standard, appunto, internazionali, coinvolgendo meno le comunità locali e rischiano di standardizzare l'offerta turistica.

In sintesi, il Niger sta affrontando molte questioni difficili, come scarsa promozione, infrastrutture inefficienti e mancanza di sicurezza. Tuttavia, presenta anche molte opportunità, in particolare nel turismo sostenibile e culturale. Le strutture ricettive, sia locali che internazionali, sono fondamentali per sostenere il turismo e la crescita economica della nazione.

Scopo e obiettivi della ricerca

L'obiettivo principale di questa ricerca è esaminare come le strutture ricettive locali e internazionali contribuiscono allo sviluppo del turismo nel Niger. Le strutture alberghiere sono essenziali per aumentare l'esperienza dei visitatori e attrarre flussi turistici. Le differenze tra strutture locali e internazionali e il loro impatto sul mercato turistico saranno oggetto della ricerca.

In particolare, verrà esaminato come le strutture ricettive possano aiutare a sviluppare l'economia e la cultura del Niger creando opportunità di lavoro e investimenti. Le strutture possono promuovere la cultura, integrando elementi e attività tradizionali nei loro servizi, oltre a fornire servizi essenziali.

Gli obiettivi dello studio sono: confrontare l'offerta di servizi delle strutture locali ed internazionali; trovare i fattori che influenzano la competitività delle strutture locali ed esaminare l'efficacia del revenue management (RM) nel settore, sottolineando come questo può migliorare entrate e prestazioni.

Verrà infine analizzata la capacità delle strutture ricettive di sviluppare un turismo culturale e sostenibile che rispetti l'ambiente e valorizzi l'eredità culturale del Niger.

Questi fattori forniscono una panoramica completa del ruolo strategico che le strutture ricettive possono svolgere per perfezionare l'attrattiva del Niger come meta turistica e supportano politiche efficaci per lo sviluppo del settore turistico.

La ricerca evidenzia le dinamiche del turismo nel Niger e fornisce linee guida per ottimizzare la gestione delle strutture ricettive, con particolare attenzione al RM e alla promozione del turismo culturale.

Metodologia di ricerca

Per fornire una comprensione più approfondita del ruolo che le strutture ricettive giocano nello sviluppo del turismo in Niger, questa ricerca utilizza una metodologia mista, che combina approcci quantitativi e qualitativi. L'approccio quantitativo raccoglie dati numerici tramite questionari strutturati presentati ai responsabili delle strutture. Questo affronta questioni

come la gestione delle risorse, le strategie di pricing e i servizi offerti, consentendo un'analisi comparativa e una comprensione chiara delle tendenze.

Anche l'approccio qualitativo, utilizzando gli stessi questionari, fornisce una comprensione più profonda delle dinamiche interne, come il turismo sostenibile e la gestione operativa. La scelta di una metodologia mista consente l'integrazione dei dati, l'aumento della loro validità e la fornitura di una panoramica completa delle strutture ricettive e degli effetti economici che hanno sul turismo nel Niger.

Per questa ricerca è stato scelto un campione rappresentativo di strutture ricettive locali e internazionali situate a Niamey, la capitale del Niger. Le strutture che sono state esaminate includono: gli hotel a 4 stelle di proprietà locale, l'Hotel Ténéré e il Grand Hotel di Niamey, insieme a catene alberghiere internazionali come l'Hotel Radisson Blu, l'Hotel Noom e l'Hotel Terminus.

La ricerca ha escluso le strutture con meno di 4 stelle, perché l'obiettivo era concentrarsi sugli hotel di medio-alto livello, che avrebbero potuto rappresentare più chiaramente il ruolo delle strutture ricettive nel mercato turistico di fascia alta. Grazie a questa scelta, è stato possibile concentrarsi sull'analisi di strutture che lavorano con una clientela internazionale e una gestione più complessa. Questi sono elementi importanti per comprendere il management delle entrate e le strategie di crescita economica utilizzate in contesti di maggiore competitività.

La limitata disponibilità del personale manageriale in alcune strutture ricettive è stata una delle principali complicanze incontrate. In molti casi, i manager non avevano tempo sufficiente per completare i questionari a causa degli impegni operativi quotidiani. Questo ha ridotto la quantità di dati qualitativi disponibili per l'analisi, riducendo il campione previsto inizialmente. Nonostante queste limitazioni, lo studio ha fornito dati utili e spunti per comprendere al meglio il ruolo delle strutture ricettive nel turismo nigerino, con la presenza di alcune aree che potrebbero essere approfondite nelle future ricerche.

1. IL TURISMO IN NIGER

1.1. *Profilo del Niger come destinazione turistica*

Il Niger è uno stato dell'Africa Occidentale con capitale Niamey. Lo stato nigerino ricopre circa 1.267.000 km² di superficie (Nazioni Unite, 2023) il che lo rende il sesto più grande paese dell'Africa. Nonostante la grande area che ricopre, il Niger ospita circa 26.208.000 persone (Banca Mondiale, 2023). La repubblica del Niger si trova in un punto di transizione tra la savana sudanese a sud e il Sahara a nord. Il nome di questo luogo è Sahel.

Il Niger è accerchiato dai seguenti paesi: Algeria, Mali, Burkina Faso, Benin, Nigeria e Ciad; di conseguenza non ha accesso al mare. Il deserto del Sahara copre l'80% della terra del paese (Gafarou, 2020), ma a sud sono presenti foreste e praterie.

La regione che circonda il Niger è stata abitata fin dal Neolitico, come dimostrano i reperti archeologici che mostrano la prosperità di molte civiltà antiche. Dal primo millennio d.C., il territorio di questa nazione fu conteso tra gli imperi del Ghana, del Mali e del Songhai. L'ultimo impero era noto per il commercio di schiavi, oro e sale attraverso la Sahara. Alla fine del XIX secolo, il Niger fu occupato dalla Francia durante la sua espansione coloniale e divenne una colonia a tutti gli effetti quando entrò a far parte dell'Africa Occidentale Francese, nel 1922. In questo periodo colonialista furono costruite molte infrastrutture, ma ci fu anche un enorme sfruttamento delle risorse e una forte resistenza locale.

Il Niger rimase una colonia francese fino al 3 agosto 1960, giornata in cui ottenne l'indipendenza. Hamani Diori ne fu il primo presidente. Negli anni che seguirono l'indipendenza, fino al giorno d'oggi la nazione subisce numerosi colpi di stato causando lunghi periodi di instabilità politica. Oltre a tali difficoltà, il Niger ha dovuto risolvere numerose problematiche che hanno rallentato lo sviluppo del paese come: conflitti interni, tensioni etniche, terrorismo, per non parlare dei problemi sociali ed economici, come scarsa istruzione e povertà.

In quest'ultimo anno, in particolare, il Niger sta cercando di stabilizzare il proprio governo e migliorare la propria economia. I settori sui quali si concentra maggiormente sono l'agricoltura, e l'estrazione di risorse come uranio, oro e petrolio. Ciò nonostante, il settore turistico gioca un ruolo decisivo per la crescita economica e lo sviluppo del paese.

L'afflusso di turisti stranieri genera ricavi significativi per il paese. Questi ricavi provengono principalmente dalla fruizione, da parte dei turisti stranieri, di servizi alberghieri, di ristorazione, di trasporto e di attività culturali. Il settore turistico riesce ad offrire alla popolazione locale varie opportunità lavorative, come: guide turistiche, personale alberghiero, autisti, artigiani e molti altri. Il turismo contribuisce all'esportazione di prodotti locali attraverso l'acquisto, da parte dei visitatori, di souvenir, abbigliamento tradizionale e artigianato locale, che poi verrà importato nel paese d'origine dei turisti.

Il Niger si impegna ad investire in infrastrutture come alloggi, strade ed aeroporti per l'accoglienza turistica, migliorando la qualità della vita dei residenti e ricercando uno sviluppo generale del paese.

Favorendo la preservazione delle bellezze naturali e culturali del paese, il Niger viene visto come un'attraente destinazione turistica. Vi troviamo, infatti: parchi nazionali, siti storici e tradizioni locali. Si può allora appurare che il turismo avrà sicuramente un impatto positivo sull'economia, ma anche sul patrimonio naturale e culturale del paese.

Ciò che rende il Niger una destinazione turistica allettante è principalmente dovuto alla diversità geografica del territorio nigerino: paesaggi attraenti e suggestivi della natura africana. Nel sud troviamo parte della foresta della savana caratterizzata da un'ampia biodiversità; nel nord invece troviamo gli affascinanti paesaggi desertici.

Il Niger vanta uno dei più grandi siti patrimonio mondiale UNESCO d'Africa che è composto dal Parco Nazionale dell'Air e dalle montagne del Ténéré, che vengono anche chiamate Alpi del Sahara. Il Parco presenta una serie di ecosistemi variabili e unici che lo rendono una meraviglia naturale. Le formazioni rocciose come quelle mostrate in figura 1.1, le gole e le pitture rupestri delle Montagne dell'Air sono spettacolari e uniche.

Figura 1.1. Formazioni rocciose dell'Air



Fonte: Wikipedia, *Riserva naturale Air-Ténéré*

Il paesaggio desertico del nord del Niger varia dalle dune di sabbia del Sahara alle formazioni rocciose vulcaniche del Ténéré. Queste zone remote e misteriose attirano viaggiatori avventurosi per escursioni e bivacchi in mezzo al deserto (Grégoire, 2006).

I visitatori hanno la possibilità di visitare Agadez come punto di partenza per le escursioni desertiche. La città di Agadez, famosa per la sua architettura sudanese, fu fondata nel X secolo e ospita tuttora importanti monumenti storici come la Grande Moschea e i resti archeologici della città di Assodé. Il centro storico di Agadez è un sito Patrimonio UNESCO che è caratterizzato da edifici e monumenti creati con una base fangosa composta da un miscuglio di argilla, sterco e paglia, arricchiti delle intricate decorazioni ornamentali. L'esempio più significativo lo ritroviamo nella Grande Moschea di Agadez che presenta l'unicità di avere un minareto alto ben 27 metri, il più alto al mondo creato con questa tecnica, come mostrato in figura 1.2. Lo stile utilizzato per la costruzione del minareto è caratterizzato dall'uso di mattoni

di fango cotti, con larghe travi in legno che sporgono. Queste travi agiscono anche come impalcatura per la ristrutturazione, che avviene ad intervalli regolari e coinvolge la comunità locale.

Figura 1.2 Minareto di Agadez



Fonte: Wikipedia, *Moschea Agadez*

Un paesaggio naturale, rilevante per i turisti, è la riserva nazionale di Kouré che si trova a 60 km a sud-est della capitale. La peculiarità di questa riserva è quella di essere uno dei pochi posti al mondo dove è possibile vedere giraffe peralta vivere liberamente. La riserva ricopre circa 1200 km² di savana prevalentemente costituita da alberi di acacia.

Negli anni '90, a causa dei cacciatori e dalla perdita di habitat, il branco di giraffe contava meno di 50 individui. Nel 2020, grazie agli sforzi di conservazione condotti da organizzazioni come l'ONG e l'ASGN, che prevedono tuttora l'abolizione della caccia illegale, il monitoraggio delle giraffe e la sensibilizzazione degli abitanti locali, la popolazione di giraffe peralta ha superato i 600 esemplari (GCF,2024).

Nonostante i risultati ottenuti, la riserva deve affrontare altre sfide legate alla pressione demografica e al cambiamento climatico. Per riuscire a preservare la sopravvivenza delle giraffe è indispensabile continuare ad investire nella conservazione e nel miglioramento della gestione sostenibile delle risorse naturali.

Queste azioni riescono indiscutibilmente a rendere la riserva di Kouré una meta interessante per il turismo ecologico.

Sempre riguardo alle attrazioni naturali, il fiume Niger, occupa un ruolo molto importante. È il terzo fiume più lungo dell’Africa (Encyclopedia Britannica, 2024) e permette ai visitatori di compiere delle crociere. Queste ultime offrono la possibilità ai viaggiatori di contemplare paesaggi straordinari e di avvicinarsi alle culture locali visti i numerosi villaggi che sorgono sulle sponde di questo fiume. I turisti hanno l’opportunità di avvistare uccelli acquatici e ippopotami in libertà, oltre alla rigogliosa vegetazione che circonda il fiume. I villaggi presenti ai bordi del fiume accolgono i turisti con la loro ospitalità legata a tradizioni secolari. Il visitatore si ritrova quindi immerso nelle comunità locali, riuscendo a scoprire non solo costumi e usanze, ma anche l’artigianato tradizionale, come la tessitura e la ceramica e altri prodotti tipici, acquistabili nei vivaci mercati dei villaggi. Avorou è uno dei villaggi più noto per il mercato settimanale e per le piroghe tradizionali.

Il fiume Niger ha un importante significato culturale e storico poiché per secoli è stato utilizzato come mezzo di comunicazione, trasporto e commercio. Gli antichi siti archeologici che si possono ritrovare costeggiando il fiume Niger, sono visitabili e permettono un avvicinamento da parte del turista alla storia e alle leggende che circondano questo fiume imponente.

Un’altra città rilevante in ambito turistico è la città di Zinder. Sorta nel XIX secolo, diviene capitale del Sultanato di Damagaram. Zinder è nota per il suo antico quartiere, Birni, che è caratterizzato da edifici in terra cruda e labirintiche stradine strette. Anche qui come ad Agadez il palazzo del Sultano e la Grande Moschea sono i punti d’interesse più importanti. Zinder, inoltre, offre un’esperienza unica di immersione nella storia e nelle tradizioni del Niger, rendendola un punto di riferimento per turisti e ricercatori di storia africana.

La diversità culturale del Niger permette alle svariate etnie l’organizzazione di una vasta gamma di eventi per celebrare le proprie tradizioni, queste incrementano notevolmente il

turismo nella regione. Il Festival dell'Aïr si festeggia ogni anno dal 2001 e riunisce i Tuareg di diversi paesi ad esibirsi con la propria musica, danze, gare e pratiche rituali come le corse di cammelli. Questo evento è sempre più popolare perché è effettivamente il più grande raduno Tuareg al mondo (Dambo e altri, 2014).

Un altro festival è quello di Géréwol in cui si possono ammirare uomini di etnia Woodabe, facenti parte del popolo dei Fulani, che ballano danze tradizionali ogni anno alla fine della stagione delle piogge. Secondo Lassibille (2006), da quando i media hanno scoperto questa celebrazione, il festival è diventato una significativa e affascinante calamita turistica.

Un altro evento di celebre importanza era il Festival di Musica Africana di Agadez, questo momento radunava persone da tutta la regione e forniva una piattaforma per musicisti locali e internazionali. Purtroppo, dal 2014 è stato rimosso per problemi di sicurezza. Il Niger, grazie alla sua ricca biodiversità geografica, offre vari spunti per il turismo d'avventura e per coloro che desiderano fruire di attività all'aperto. Il trekking, soprattutto nel nord del paese è molto in voga. Le affascinanti viste panoramiche del deserto e delle montagne del Sahara sono un motore attrattivo per gli escursionisti. Le escursioni possono avere la durata di un giorno o più, con la possibilità di bivacchi notturni. L'opportunità di dormire sotto le stelle del deserto garantisce un'esperienza significativa per molti turisti, vista l'assente contaminazione luminosa (figura 1.3).

Figura 1.3 Cielo stellato dal deserto del Sahara



Fonte: Wikimedia, *Sahara Night Sky*

Oltre alle montagne dell'Aïr, il deserto del Sahara ha altre peculiarità: è costituito da paesaggi lunari e immense dune di sabbia che fanno vivere al turista un'avventura indimenticabile. Gli escursionisti hanno la possibilità di scegliere se esplorare il deserto con il metodo tradizionale, ossia in sella a un dromedario, o di testare quad e *dune bashing* per un'esperienza più adrenalinica.

Se invece si desidera fare un Safari in Niger, il Parco Nazionale del W. è la zona migliore. Il parco è collegato ad un complesso transfrontaliero che unisce il Niger al Benin e al Burkina Faso. All'interno del Parco Nazionale del W. sono presenti molte tipologie di animali, che vivono in libertà nel loro habitat naturale, come ad esempio: leoni, leopardi, antilopi ed elefanti. Inoltre, sono presenti circa 350 specie diverse di uccelli selvatici, il che rende questo parco un paradiso terrestre per gli appassionati di birdwatching.

Anche le aree Vulcaniche del Ténéré garantiscono un ambiente unico per l'escursione e l'esplorazione geologica. I turisti possono osservare le antiche formazioni di lava, con l'accompagnamento di guide turistiche, l'ambiente geologico sembra quasi di un altro mondo.

Le infrastrutture turistiche del Niger sono in continuo miglioramento per esaudire i bisogni e le esigenze di un numero sempre più elevato di visitatori, malgrado il processo di miglioramento sia lento. Le strutture ricettive nigerine sono molto diverse tra loro, variando da semplici campeggi ad alberghi di lusso.

Le infrastrutture legate ai trasporti sono indispensabili e permettono di collegare tra loro diverse zone della nazione, anche quelle più remote. La maggior parte dei turisti provenienti da continenti diversi da quello africano atterra nell'aeroporto Diori Hamani di Niamey. Dagli aeroporti di Zinder e Agadez invece partono e arrivano solo voli nazionali o continentali.

La qualità delle strade nel Niger varia a seconda della zona in cui ci si trova, le strade meglio mantenute sono quelle principali che collegano le città più grandi, mentre, ci possono essere delle strade meno sviluppate nelle aree più remote. Anche all'interno della capitale sono presenti strade sterrate, percorribili sì, ma se ci si allontana alle zone al di fuori del quadro urbano, nella maggior parte dei casi è indispensabile l'utilizzo di fuoristrada, soprattutto durante la stagione delle piogge. Con il fine di garantire un viaggio in pieno comfort e sicurezza attraverso questi luoghi, numerose agenzie di viaggio locali offrono servizi di noleggio jeep o di guide qualificate.

Per quanto concerne la promozione turistica del Paese, le agenzie di viaggi e le guide turistiche ricoprono un ruolo fondamentale. Le agenzie preparano e offrono pacchetti turistici che curano la totalità dell'esperienza per i visitatori, integrando tutti i servizi di cui il turista necessita. Le guide turistiche invece, spesso locali, arricchiscono l'esperienza dei visitatori grazie ai racconti delle tradizioni culturali che integrano alle informazioni.

Potenziale turistico del Paese

Sebbene il Niger si ritrovi molte difficoltà, il governo nigerino e le organizzazioni internazionali puntano a migliorare l'insieme delle infrastrutture turistiche del paese. I piani di sviluppo per il miglioramento delle strade, l'aumento delle capacità ricettive e la promozione del Niger come destinazione turistica sicura sono già partiti. Il Niger, grazie all'attenzione crescente alla sostenibilità e alla conservazione del patrimonio naturale e culturale, sta diventando una popolare meta di viaggi.

Il turismo in Niger ha anche molte opportunità, che, se sfruttate al meglio, potrebbero rendere la nazione un'attrazione turistica di ulteriore rilievo.

La principale sfida nazionale che il Paese deve superare è quella che riguarda la sicurezza. Spesso, i turisti internazionali, preoccupati per la loro incolumità, sono stati scoraggiati dall'instabilità politica e dalle attività terroristiche nel Sahel. Molti governi stranieri hanno emesso avvertenze di viaggio che sconsigliano ai residenti di evitare alcune zone del Niger, peggiorando così la questione.

Nonostante ci siano stati miglioramenti significativi negli ultimi anni, a livello di infrastrutture, sono necessari importanti sviluppi. Nelle aree rurali e remote spesso è difficile spostarsi per via dell'inadeguatezza delle strade. Inoltre, molte potenziali attrazioni turistiche non sono ancora accessibili o adeguatamente rifornite per poter ospitare dei turisti, soprattutto mancano le strutture ricettive al di fuori delle principali città. La carenza di infrastrutture limita la capacità del Niger di attrarre e gestire un numero più alto di turisti.

Un altro ostacolo significativo per la crescita del turismo di questo paese è la scarsa promozione e consapevolezza del Niger come vera e propria destinazione turistica. Molti turisti stranieri sono ignari delle attrazioni uniche che il Niger custodisce, tali attrazioni variano dalle bellezze naturali del deserto del Sahara alle ricche tradizioni culturali delle popolazioni locali. Il Niger non è molto conosciuto sul mercato globale anche a causa della sua limitata partecipazione a fiere ed eventi sul turismo internazionale. Altri paesi in via di sviluppo come Etiopia, Ruanda, Guinea ed Eritrea, pur avendo problematiche simili a quella del Niger, hanno dimostrato come la partecipazione a fiere internazionali del turismo possa aumentare significativamente la visibilità e l'attrattività turistica.

Il turismo sostenibile in Niger è potenzialmente promettente. Questo paese ha la possibilità di sviluppare un turismo sostenibile che è: "una forma di turismo che tiene conto degli impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, soddisfacendo le esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti. Questo tipo di turismo cerca di ridurre gli effetti negativi e massimizzare quelli positivi, preservando le risorse naturali e culturali per le generazioni future." (UNWTO). Lo stato nigerino potrebbe distinguersi ed eccellere, come una destinazione di questo tipo, solo se il governo investisse in maniera ecocompatibile sulle infrastrutture e sui programmi di formazione per le comunità locali. Qualora venisse

considerato un approccio del genere, il patrimonio naturale e culturale della nazione verrebbe preservato e verrebbero attratti un maggior numero di turisti alla ricerca di uno stile di viaggio più ecologico e responsabile.

Ciò che può dare una mano al Niger è la collaborazione con organizzazioni internazionali e l'adesione alle iniziative regionali, da parte delle singole destinazioni. Attraverso progetti di cooperazione con paesi vicini, come ad esempio *Alliance des États du Sahel*, AES, (Molteni, 2023) e partnership con enti turistici globali, il Niger potrebbe ottenere le risorse e le competenze necessarie per lo sviluppo sicuro ed efficiente del settore turistico. Oltre a questo, tali progetti aiuterebbero a promuovere lo scambio di conoscenze e di *best practices* contribuendo al miglioramento della fruizione dei servizi turistici per i visitatori.

Dunque, si evince che il Niger sia una nazione con un'ampia prospettiva turistica. L'interdipendenza che ritroviamo tra i paesaggi straordinari e le ricche tradizioni culturali è ciò che caratterizza il paese come una vera e propria destinazione turistica. Il progresso turistico sarà determinato solo quando la nazione riuscirà a gestire le sue attrazioni in una chiave sostenibile, usufruendo anche del sostegno delle partnership straniere.

1.2. Storia del turismo nel paese

Il turismo in Niger è strettamente legato alla sua geografia, alla sua cultura e agli sviluppi politici e sociali che il paese ha attraversato nel corso degli anni. Come appurato precedentemente, è ancora in fase embrionale rispetto al turismo di altre nazioni africane.

Le prime fasi del turismo risalgono al periodo precoloniale, più precisamente ai tempi delle scoperte del continente africano, da parte degli europei. Nel XIX secolo, esploratori come Heinrich Barth attraversarono il Sahara e si resero conto delle meraviglie del paese. Il turismo inizia a radicarsi in modo più sistematico nell'era coloniale, quando i primi punti di appoggio furono costruiti dall'amministrazione coloniale francese. Il governo nigerino, in seguito all'indipendenza del 1960, iniziò a pensare che il turismo potesse aiutare l'economia della nazione. Tutto ciò avvenne in un processo molto lungo, a causa di una serie di ostacoli che il paese dovette superare. Solo molto di recente, il Niger è riuscito a dedicare abbastanza attenzione allo sfruttamento delle sue risorse naturali e culturali in grado di attirare l'attenzione dei turisti.

La storia del turismo nigerino è la storia della rinascita e del rinnovo. Il Niger ha cercato di costruire un'identità turistica che fosse in grado di sfruttare la sua peculiarità, dai caravan mercantili trans-sahariani fino alle attuali attività di sviluppo turistico.

Le prime forme di turismo in Niger risalgono alle esplorazioni dei primi europei del 1800. Tra il 1850 e il 1855 un tedesco, Heinrich Barth, esplorò il Sahara e altri territori dell'attuale Niger. Grazie alle sue esplorazioni, Barth, scrisse le prime descrizioni dettagliate della nazione, registrando con precisione osservazioni geografiche, etnografiche e culturali. Una delle opere che suscitò maggior interesse in Europa fu il libro *"Travels and Discoveries in North and Central Africa"*. Barth stimolò la curiosità di altri esploratori e gettò le basi per ulteriori scoperte. Lo stesso Heirch, mappò gran parte del Niger seguendo anche le rotte carovaniere trans-sahariane (Demoulin, 1953). Queste ultime hanno un valore rilevante sia per il commercio che per la trasmissione culturale: sono la connessione tra le varie aree dell'Africa occidentale e settentrionale. Da qui si intuisce che le carovane che attraversavano il Sahara non trasportavano solo merci ma erano vettori di idee e conoscenze che collegavano il Niger con il resto del continente Africano. Le rotte delle carovane trans-sahariane hanno contribuito allo sviluppo delle prime forme di turismo nel paese. Gli antichi tragitti commerciali che collegavano l'Africa subsahariana al Mediterraneo passavano attraverso le città note di Agadez e Blima. Tali centri carovanieri, oltre che offrire servizi commerciali e punti di ristoro, attirano anche i primi viaggiatori europei attratti dalle culture esotiche e dai paesaggi straordinari del deserto.

Dalla combinazione delle esplorazioni europee e dell'importanza storica delle rotte carovaniere sono partite le basi per uno sviluppo turistico. Questi primi contatti e scambi culturali, iniziarono a rendere il Niger pian piano sempre più conosciuto al mondo esterno, anche se ancora non si avvicinavano al concetto di turismo moderno.

Come detto in precedenza il turismo in Niger inizia ad avere un'impronta più sistematica solo durante la colonizzazione francese. I colonizzatori vengono a contatto con le realtà del posto e iniziano ad esplorare e documentare le ricchezze naturali e culturali di questo paese. Tale momento determinò l'inizio del turismo organizzato in Niger.

La creazione delle infrastrutture necessarie per semplificare il movimento e l'accoglienza dei turisti fu uno dei primi step verso lo sviluppo turistico. Le amministrazioni francesi costruirono

le prime strade e piste carovaniere negli anni '30 in modo tale da riuscire a collegare le principali città e le attrazioni della nazione, rendendo anche più accessibili le zone più remote (Njoh, 2006). Queste infrastrutture migliorarono la mobilità interna e consentirono viaggi e spedizioni nelle aree rurali e nel deserto.

Le autorità coloniali francesi iniziarono a promuovere le attrazioni turistiche del Niger insieme allo sviluppo infrastrutturale. Le prime città divenute destinazioni culturali furono Agadez e Zinder, questo grazie alla loro architettura sudanese e i vivaci mercati. I primi esploratori furono affascinati dalle formazioni rocciose del massiccio dell'Air e dalle dune di sabbia del Ténéré. L'amministrazione francese ha avuto un ruolo rilevante anche nella conservazione nella registrazione dei siti storici e archeologici, creando un *database* decisamente indispensabile per la promozione turistica.

Nonostante le ragioni coloniali fossero di natura economica e politica, il lascito di questo periodo è stata una rete di infrastrutture che hanno permesso al turismo di crescere e svilupparsi negli anni seguenti.

Il 3 agosto 1960, il Niger raggiunge l'indipendenza dalla colonia francese. In seguito a questo avvenimento però, i problemi non finiscono, il paese continua ad avere difficoltà nella creazione di un'economia stabile e duratura. Tra le numerose strategie su cui il governo decide di investire, il turismo inizia ad emergere come possibile soluzione al sostegno dello sviluppo economico. Il potenziale dell'industria turistica, come sostegno all'economia del paese con la creazione di nuovi posti di lavoro, era alto, visto appunto il ricco patrimonio naturale e culturale della nazione.

Turismo nell'epoca post-coloniale

Le zone desertiche, attorno alla città di Agadez, diventano le prime attrazioni promosse a livello internazionale.

Nel 1968 un farmacista francese di nome Louis-Henri Mourèn progettò, basandosi su spedizioni nel deserto passate, l'*Air Trans Image Niger*, un'agenzia turistica che offre i primi tour ricreativi nel deserto (Grégoire, 2006). Grazie al boom dell'estrazione dell'uranio negli anni '70, le infrastrutture stradali create facilitarono gli accessi. Le prime domande per queste spedizioni nel deserto sono nate infatti dai francesi espatriati in Niger che lavoravano

nelle miniere di uranio di Arlit. Il coinvolgimento dei Tuareg, inizialmente, è stato casuale. I lavoratori francesi iniziarono a chiedere ai residenti di poter visitare i loro villaggi. Nel giro di poco tempo, i cittadini locali iniziarono ad essere assunti dalle agenzie turistiche come guide e autisti, grazie alla loro conoscenza della regione.

In quell'epoca, per gli abitanti locali era ancora sconosciuto il potenziale vero e proprio del turismo come strumento dello sviluppo economico. Nei villaggi e nelle società Tuareg, il turismo veniva criticato perché considerato un'influenza del popolo che li aveva colonizzati, i francesi. Ciò nonostante, il turismo dava opportunità di lavoro alternative al pastoralismo. All'inizio degli anni '70 vennero istituite le prime agenzie turistiche gestite da parte degli europei, per gli europei. Queste agenzie promuovevano e organizzavano viaggi e trekking nel deserto per francesi e italiani (Scholze, 2009).

Solamente più tardi il Niger inizia ad avere piena consapevolezza del potenziale economico del turismo. Infatti, nel 1974 venne approvata una legge che formalizzava le agenzie turistiche locali e nel 1977 fu istituita la Direzione del Turismo e dell'Ospitalità (Direction du Tourisme et de l'Hôtellerie, DHT) per supportare gli sforzi dell'Office National du Tourisme (Boucksom, 2009). L'obiettivo di queste istituzioni fu quello di regolamentare il settore, garantendo standard di qualità e promuovendo il Niger come destinazione turistica sicura e attraente. Un altro aspetto rilevante per lo sviluppo turistico, che avvenne in questo periodo, riguarda i progetti di sviluppo finanziati dalle organizzazioni internazionali. Le collaborazioni internazionali tra agenzie come l'UNESCO e la Banca Mondiale con l'ONT e il DHT, generano importanti risvolti inerenti alla conservazione dei siti storici e culturali e lo sviluppo di infrastrutture turistiche. I progetti coinvolti portarono alla costruzione di strade e strutture ricettive e alla fruizione da parte del personale del settore turistico di programmi di formazione.

L'esempio più significativo e lampante è il centro storico di Agadez. Per preservare il patrimonio culturale del sito storico e per rendere la città più accattivante per i visitatori, sono stati finanziati progetti di restauro, conservazione e di sensibilizzazione e formazione delle comunità locali.

In modo analogo, lo stesso è stato fatto per il Parco Nazionale del W e le riserve naturali del deserto del Ténéré, grazie a campagne di sensibilizzazione e una buona azione di marketing, sono state promosse queste bellezze naturali.

Nonostante la buona volontà del Niger, il paese ha dovuto affrontare molte sfide prioritarie. La scarsa rete di infrastrutture di trasporto, le estreme condizioni meteorologiche e le situazioni di instabilità politica erano problemi significativi. Tuttavia, negli anni successivi all'indipendenza, il Niger pone le basi per una visione a lungo termine del turismo come componente essenziale per lo sviluppo del paese, grazie ad un percorso di crescita turistica.

Negli anni '80 e '90 avviene una crescita del turismo culturale e d'avventura. Il ricco patrimonio naturale, caratterizzato dalla diversità geografica del paese e l'affascinante patrimonio culturale, ha permesso l'arrivo di turisti alla ricerca di esperienze uniche.

Nel 1980, il governo nigerino ha imposto una legge che vietava agli stranieri la possibilità di possedere agenzie turistiche, in modo tale da poter aiutare le comunità locali nell'imprenditorialità turistica (Grégoire, 2006). Mano Dayak, politico e portavoce dei Tuareg, che contribuì anche alla realizzazione delle prime forme del Rally Dakar, guidò la nascita delle prime agenzie locali nello stesso anno. Nel 1988 fondò la propria agenzia, Temet Voyage, grazie alla sua pregressa esperienza come guida per un'azienda francese. Dayak divenne un leader della comunità Tuareg, sia per il turismo che per la politica, egli fu uno dei capi negoziatori durante la rivolta dei Tuareg del 1991. Grazie alle sue conoscenze della regione e le sue forti connessioni con l'Europa e gli Stati Uniti, la Temet Voyage diviene subito la più grande agenzia della regione. Mano Dayak riuscì a portare turisti provenienti da altri continenti nelle comunità locali, offrendo loro un'esperienza completa e affascinante della cultura Tuareg e del deserto che abitano.

Mano Dayak, negli anni '70, conobbe Thierry Sabine, futuro fondatore del rally Dakar. Quando Mano Dayak iniziò ad avere consapevolezza del potenziale economico della regione, decise di aiutare Sabine nella creazione di percorsi rally che passassero per Agadez. Nel 1978, ci fu la prima edizione della Parigi Dakar, che prese il nome di "Oasis" e vide percorsi che attraversavano il deserto del Sahara proprio nella città di Agadez. Tale evento, favorì notevolmente il progresso dell'industria turistica della città, sia direttamente, creando posti di lavoro, che indirettamente facendo conoscere la città di Agadez al resto del mondo, permettendole anche di entrare nel mercato europeo (Landel, Gagnol e Oiry-Varacca, 2014).

Il turismo nell'area settentrionale del Niger, grazie alla sola gestione di operatori locali, ha prosperato per diversi anni, dal 1978 al 1990. Il settore turistico ha beneficiato molto della

comunità locale anche se su piccola scala dato che mirava ad un mercato di nicchia. A sua volta anche la totalità della comunità locale ha beneficiato del progresso turistico, dai ristoranti agli hotel, dagli artigiani ai venditori ambulanti.

Nel 1990, i voli diretti da Parigi ad Agadez iniziarono ad essere più popolari, con una stima di 3000 persone che hanno visitato Agadez in quell'anno (Scholze e Bartha, 2004). Tra il governo del nord e quello del sud erano presenti tensioni causate da rivalità etniche, intensificate durante il governo coloniale, i Tuareg del Nord si ribellarono alle comunità Hausa e Zarma del sud. La caserma della città di Tchintabaraden è stata teatro di uno scontro memorabile nel maggio del 1990. Durante questo scontro, centinaia di Tuareg furono arrestati dai gendarmi locali. Tali arresti furono giudicati ingiusti dalle comunità Tuareg, che attaccarono la stazione di polizia dove erano custoditi i prigionieri. Questo evento causò rapidamente l'insurrezione dei Tuareg del 1991, evento che determinò la fine delle tensioni. In seguito a tale rivolta, il turismo nella regione iniziò a diminuire drasticamente. Le Forze Armate Nigerine (Forces armées nigériennes, FAN), composte principalmente dai gruppi etnici Zarma e Hausa, ordinarono la chiusura della Temet-Voyages, l'agenzia turistica gestita dal leader regionale Mano Dayak, per sospetta complicità nella rivolta del '91.

La percezione di insicurezza in Niger iniziò così a propagarsi nelle comunità internazionali, generando un impatto negativo nel settore turistico, e la riduzione quasi totale degli arrivi. La diminuzione del turismo non interessava solo il Nord, ma ebbe un impatto su tutta la nazione, durò più di tre anni. Anche se, nel 1995 furono firmati accordi di pace e nel 1996 furono istituite nuove agenzie di viaggio, il turismo riscontrò gravi difficoltà per riprendersi.

Nel 1998 ad Agadez, con l'obiettivo di attirare turisti, aiutare l'industria della moda nigerina e creare posti lavoro, è stato fondato, dal Programma di Sviluppo delle Nazioni Unite, il Festival Internazionale della Moda Africana (FIMA). Questo evento venne criticato dai gruppi islamici, che accusarono l'Occidente di influenzare la cultura e i valori nigerini. Durante la seconda edizione del FIMA, questa volta a Niamey, si verificarono proteste violente che causarono il trasferimento delle successive edizioni al di fuori dello stato nigerino, fino al 2003, anno in cui si riproposero con una diversa ciclicità, di nuovo a Niamey.

Sebbene ci siano state numerose difficoltà di natura politica ed economica, gli anni '80 e '90 hanno giocato un ruolo importante nella definizione del turismo a cui ora assistiamo in Niger.

Il governo e le agenzie turistiche, si sono impegnate nel diversificare l'offerta turistica e nel migliorare le infrastrutture preesistenti. Le esperienze raccolte in questi anni sono state d'insegnamento per mettere le basi per le azioni e le tattiche future che mirano a far crescere e migliorare il turismo come motore del progresso sia economico che culturale del Niger.

1.3. Tendenze attuali e prospettive future del turismo

Con l'inizio del nuovo millennio, il turismo in Niger ha attraversato una fase di rinnovamento e rinascita grazie a nuove politiche di sviluppo implementate per rivitalizzare il settore. Superate le difficoltà del periodo, caratterizzato da una politica instabile e conflitti, il governo nigerino, con l'aiuto di istituzioni internazionali, ha intrapreso una serie di piani per rianimare il turismo e riposizionare il Niger come una destinazione attraente e sicura.

Le comunità Tuareg hanno deciso di impegnarsi nel turismo durante questa seconda fase di sviluppo degli anni 2000, poiché molti erano a conoscenza dei vantaggi economici del settore. Rhissa Ag Boula, ex leader Tuareg, dal 2000 al 2006 è stato il Ministro del Turismo. Egli aiutò il settore concedendo licenze ad agenzie turistiche locali. Il numero di arrivi turistici subì degli aumenti grazie alla riapertura della tratta aerea diretta tra Parigi e Agadez, che raggiungeva tra le 3500 e 5000 persone durante la stagione "invernale", che va da novembre a gennaio (Grégoire e Scholze, 2012). Ciò nonostante, le prospettive di crescita del turismo del nord vennero danneggiate da una seconda ribellione negli anni 2007-2009. In questi due anni le guide turistiche locali, viste le loro conoscenze del deserto contribuirono al contrabbando di migranti per soldi (Raineri, 2018). La situazione si aggravò maggiormente in seguito alle tensioni del 2011 e alle guerre civili dei paesi confinanti, Mali e Libia. La paura per la sicurezza nella regione di Agadez, si propaga tra i turisti. Il tutto venne aggravato dagli attacchi militari e dal traffico di droga e armi, nonché dalle situazioni di ostaggio di gruppi terroristici come Al Qaïda o Boko Haram, che ostacolarono il recupero delle potenziali attività turistiche (Dambo e altri 2014). Nella parte meridionale del Niger la situazione era molto diversa. All'origine, Niamey, la capitale, era composta da un gruppo di piccoli villaggi di pescatori. Durante l'epoca coloniale, nel 1926, era Zinder la capitale del Niger per via della sua posizione strategica sulle rive del fiume Niger. Zinder in quegli anni divenne il centro amministrativo del paese, sia durante, che dopo la colonizzazione. Niamey invece, era sede degli espatriati (per lo più francesi) e sede per le missioni diplomatiche e umanitarie, solo dopo l'anno dell'indipendenza,

(Boucksom, 2009). Per molti anni, i visitatori stranieri atterravano a Niamey, che era considerata solo una meta di passaggio, prima di recarsi ad Agadez per poter fare trekking nel deserto. Questo finché non venne aperto l'aeroporto di Agadez nel 1988 (Grégoire, 2006). Lo sviluppo del sistema turistico nella capitale Niamey, si è concentrato sul segmento MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition), mentre nel nord si concentrava sul turismo ricreativo, culturale e d'avventura. Gli hotel statali Sahel e Grand sono stati costruiti negli anni '60, in modo tale da riuscire ad accogliere la clientela in previsione degli eventi che avrebbero avuto luogo nella capitale. Per molti anni, Niamey ha ospitato percorsi del rally Parigi-Dakar, che sfortunatamente, in seguito alle insicurezze dovute alle ribellioni e all'instabilità politica, hanno causato la cancellazione di quattro tappe del Rally, tra Niamey a Sabha (Libia).

Nel 2005, con il tentativo di migliorare l'immagine del Niger e stimolare l'economia, i leader politici nigerini decisero di ospitare a Niamey i "Jeux de la Francophonie", un festival sportivo e artistico. Diiori Hamani, il primo presidente del Niger in seguito all'indipendenza, anche padre fondatore dell'Organizzazione Internazionale della Francofonia, è riuscito ad ottenere i diritti per ospitare l'evento a Niamey ogni quattro o cinque anni. In quegli anni venne costruita a Niamey una nuova infrastruttura per ospitare i giochi, che riuscì ad accogliere con successo oltre 4000 persone (Youngstedt, 2008).

Nelle vicinanze della capitale, le principali attrazioni turistiche, di tipo ricreativo, erano la riserva di Kouré e il Parco Nazionale del W. Sin dal periodo coloniale. Questi luoghi venivano visitati dagli espatriati francesi durante il fine settimana. La cura, la preservazione e la regolamentazione di tali attrazioni iniziarono nel 1926, per la riserva di Kouré e solo nel 1954 per il Parco Nazionale, in seguito ai conflitti per uso improprio del territorio, come l'occupazione agricola e il pastoralismo da parte dei locali.

Nonostante i tentativi dell'UNESCO e del governo nigerino, di preservare le zone entro i confini del Parco Nazionale del W, la siccità degli anni '70 costringe le comunità locali a rioccupare il parco utilizzando le risorse naturali in vari modi, dall'agricoltura e silvicoltura all'allevamento del bestiame. Nel 2002 con l'obiettivo di preservare la biodiversità del parco, viene istituita una riserva della biosfera transfrontaliera che è "un'area che attraversa i confini di due o più paesi e si impegna nella conservazione dell'ecosistema e della sua biodiversità, promuovendo contemporaneamente l'uso sostenibile delle risorse naturali a beneficio delle comunità locali." (UNESCO).

Questa riserva della biosfera transfrontaliera ha unito tre parchi nazionali: quello del W in Niger, quello di Arly in Burkina Faso e quello dei Pendjari in Benin. Il complesso transfrontaliero prese il nome di WAP (W-Arly-Pendjari).

Tali strategie operative sono state applicate per salvaguardare la conservazione e il potenziale turistico del parco, con il desiderio di espandere l'industria turistica nel sud della nazione, mentre l'insicurezza del deserto del nord impedisce altri progetti.

Il governo nigerino, nonostante le difficoltà riscontrate, ha continuato a vedere il turismo come chiave per una crescita economica e sostenibile.

Una delle principali problematiche che impedisce la crescita del settore turistico in Niger è, come anticipato precedentemente, legata alla sicurezza. I gruppi estremisti come Al Qaeda e Boko Haram minano l'incolumità del Paese. I turisti sono stati spesso scoraggiati dalle notizie riguardanti scontri armati, attacchi terroristici e rapimenti (Dambo e altri 2014).

Un altro ostacolo che ha rallentato lo sviluppo turistico è correlato ai problemi economici della nazione. La mancanza di investimenti nel settore, più precisamente di finanziamenti per la crescita delle infrastrutture turistiche e la carente promozione della nazione come destinazione turistica, è un problema che il Niger sta affrontando fin dagli albori del turismo nel suo territorio. A causa dell'instabilità economica del paese è difficile trovare degli investitori esteri che sostengano progetti turistici a lungo termine. Purtroppo, l'assenza di fondi limita la capacità di competitività con altre nazioni africane, bloccando la rivalorizzazione delle strutture preesistenti e lo sviluppo di nuove attrazioni turistiche.

Il deterioramento ambientale rappresenta un'altra difficoltà che il Niger si ritrova ad affrontare. La desertificazione, ad esempio, che implica a sua volta la deforestazione e la perdita di biodiversità, mettono in pericolo le attrazioni naturali dello stato.

La preservazione delle risorse naturali quali le riserve e i parchi nazionali è di fondamentale importanza per il mantenimento salubre dell'attrattività turistica. Ciò nonostante, riuscire a reperire le risorse necessarie per la protezione ambientale è difficoltoso per il Niger, il quale si ritrova spesso sprovvisto degli strumenti necessari per la salvaguardia del territorio (Zoological Society of London). Inoltre, c'è da aggiungere, che queste problematiche sono sempre più gravi con il passare degli anni per via del cambiamento climatico; quest'ultimo ha un impatto negativo sull'ecosistema naturale e sulle condizioni di vita delle comunità locali, provocando, appunto, maggiori complessità alla nazione per attrarre turisti.

Possibilità di crescita del settore turistico

Il potenziale turistico del Niger può essere sbloccato attraverso investimenti mirati, politiche di sicurezza efficaci, programmi di conservazione ambientale e lo sviluppo di infrastrutture adeguate.

In Niger sta crescendo l'interesse per la creazione e attuazione di molte iniziative che puntano a promuovere lo sviluppo del turismo sostenibile. Le strategie operative più importanti sono quelle legate al marketing e alla promozione del Niger come meta turistica sicura e affascinante. Tali campagne, vengono condotte in concomitanza di esperti di comunicazione e agenzie di viaggio internazionali e sono volte a diffondere le peculiarità naturali e le bellezze culturali della nazione.

Lo sviluppo e la crescita del turismo nello stato nigerino sono stati incentivati dalla collaborazione con enti internazionali come, ad esempio, l'Unesco e il Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (UNDO). Tali istituzioni contribuiscono alla conservazione dei siti patrimonio mondiale e alla promozione del turismo sostenibile nigerino. Inoltre, aiutano economicamente il settore, tramite finanziamenti, che portano al miglioramento delle infrastrutture turistiche e la creazione di nuove attrazioni per i viaggiatori (UNESCO, 2024).

Il coinvolgimento da parte delle comunità locali all'interno della filiera turistica è di fondamentale importanza per rendere al meglio l'esperienza turistica dei visitatori. Le popolazioni nomadi, appartenenti alle tribù Tuareg, hanno iniziato a rivestire un ruolo attivo nel progresso del turismo, attraverso la creazione di imprese turistiche locali. La presenza della popolazione locale contribuisce ad aumentare i valori legati al rispetto, tutela e valorizzazione del territorio e delle tradizioni culturali. La preservazione sostenibile delle risorse naturali è possibile solo grazie alla presenza attiva dei cittadini locali.

Le prospettive per il futuro del turismo in Niger sono promettenti, si prevede una crescita economica legata all'aumento dei flussi turistici e un forte impegno per la sostenibilità ambientale. Ovviamente, prima di tutto si stanno pianificando investimenti per migliorare le infrastrutture della nazione, in modo tale da poter accogliere al meglio il crescente numero di turisti. Si stanno progettando nuove reti stradali e la modernizzazione dei servizi di trasporto pubblico per semplificare l'accessibilità alle principali attrazioni turistiche del paese (Gafarou, 2020). Oltre a ciò, si delinea lo sviluppo di nuove destinazioni turistiche che possano attirare visitatori. Inoltre, i progetti di miglioramento includono anche un'attenzione particolare alle strutture ricettive, soprattutto nelle città storiche come Agadez e Zinder, mentre in prossimità

dei parchi nazionali si prospetta la costruzione di eco-lodge e una cura alla promozione di percorsi turistici che enfatizzino le bellezze naturali e culturali del Niger (Karolbag, 2024).

Il progresso turistico del Niger sarà sicuramente influenzato dall'innovazione. La realtà virtuale, le applicazioni turistiche per smartphone e le piattaforme di prenotazione online, stanno cambiando il modo in cui i visitatori vengono a conoscenza e decidono di sperimentare il viaggio in Niger. Stanno inoltre prendendo forma nuovi modelli di turismo esperienziale, volti a rendere la vacanza dei turisti un'esperienza immersiva e autentica all'interno dei villaggi tradizionali, seguiti dalle comunità locali. Questa tipologia di turismo esperienziale, oltre a rendere più accattivante l'avventura dei turisti, aiuta al consolidamento di una economia stabile per le aree frutto di attrattiva turistica.

In conclusione, il turismo nello stato nigerino si evolverà grazie all'impegno nell'espansione delle infrastrutture ricettive e di trasporto, ma soprattutto grazie all'emergere di nuove destinazioni turistiche. Le previsioni di crescita economica sono riposte nelle iniziative legate alla sostenibilità ambientale e all'incremento dell'utilizzo di innovazioni tecnologiche. Il Paese è ricco di potenzialità e potrebbe diventare una destinazione turistica di primo piano, se riuscisse ad offrire esperienze sostenibili uniche ai visitatori stranieri provenienti da tutto il mondo. Tale obiettivo è raggiungibile solo grazie a delle strategie ben definite e mirate e con la collaborazione del governo, con le comunità locali e le organizzazioni internazionali.

2. STRUTTURE RICETTIVE IN NIGER

2.1. *Tipologie di strutture ricettive*

Le strutture ricettive hanno un ruolo vitale per il settore turistico, poiché offrono ai visitatori numerosi servizi, tra cui quello più importante, la possibilità di pernottamento in cambio di un corrispettivo economico. Oltre a ciò, solitamente, le strutture tendono a fornire servizi di ristorazione, trasporto e attività ricreative.

Con il termine struttura ricettiva vengono incluse numerose tipologie di infrastrutture come ad esempio: hotel, bed & breakfast, Airbnb, pensioni, campeggi, villaggi turistici, ostelli e lodge. Le strutture ricettive sono in particolar modo rilevanti, all'interno del settore turistico, per due fattori: il primo, già sopra citato, è quello di migliorare le condizioni di viaggio dei turisti tramite un supporto logistico necessario; il secondo fattore invece, è il contributo che queste strutture danno alla creazione di nuovi posti di lavoro, investimenti locali e avendo un ruolo fondamentale nell'economia turistica.

Le strutture ricettive in Niger hanno un valore ancora più considerevole perché, assieme all'intero settore turistico, si muovono in vista di una crescita economica, spinte dal ricco patrimonio culturale e naturale della nazione. L'ampia diversità di strutture ricettive disponibili consente di attirare un ampio numero di ospiti, che variano da coloro in cerca di esperienze culturali e coloro che sono alla ricerca di esperienze di lusso.

Le strutture ricettive si differenziano tra loro per tipologia di servizi che offrono al turista per soddisfare le proprie esigenze.

Secondo l'articolo 8, comma 1, del codice del turismo, le "strutture ricettive si suddividono in:

- a) strutture ricettive alberghiere e paralberghiere;
- b) strutture ricettive extralberghiere;
- c) strutture ricettive all'aperto;
- d) strutture ricettive di mero supporto." (Codice del turismo, 2011)

Le strutture ricettive alberghiere forniscono alla propria clientela un'ampia gamma di servizi e ricoprono un ruolo fondamentale nel settore turistico. Le strutture paralberghiere, invece, offrono un'alternativa spesso più economica e flessibile, pur mantenendo livelli elevati di qualità. Le strutture alberghiere, quali hotel, resort, motel e affini, hanno un'organizzazione complessa e un assortimento di servizi che vanno dal pernottamento alla ristorazione, fino a servizi aggiuntivi come spa, centri congressi e attività ricreative.

Tali strutture sono aperte al pubblico, solitamente sono gestite in modo unitario e sono ubicate in uno o più edifici. La connotazione alberghiera viene assegnata ad una struttura se possiede almeno sette camere per i turisti, un'area comune per la prima colazione e un'area comune per il servizio di portineria. Gli hotel si differenziano principalmente dalle loro stelle, quest'ultime sono degli indicatori di quantità e qualità dei servizi che la struttura offre. Un hotel con un numero piccolo di stelle sarà più economico, ma avrà meno servizi disponibili. Gli hotel con numerose stelle invece, attraggono clientela alla ricerca del lusso e comfort disposta a pagare cifre più cospicue. Nonostante le strutture alberghiere possano essere costose, vengono apprezzate per la loro capacità di offrire un'esperienza completa e di qualità (Jones e Lockwood, 2004).

Diversamente, le strutture paralberghiere comprendono: residence, aparthotel e pensioni. I servizi forniti da queste strutture sono simili a quelli offerti dagli alberghi, ma danno più rilevanza alla flessibilità e all'autonomia degli ospiti. Tramite tali strutture, spesso, i turisti riescono a fruire di un appartamento con cucina autonoma e godere con maggior facilità di soggiorni lunghi e una maggior privacy. Sebbene le strutture paralberghiere siano più economiche e adatte a periodi di permanenza più lunghi, possono non poter offrire dei servizi che gli hotel di lusso concedono.

Le strutture extralberghiere sono nate in seguito ad una crescente domanda di opzioni di alloggio più autentiche, personalizzabili e spesso meno costose rispetto agli hotel tradizionali. Le strutture ricettive extralberghiere sono tutte quelle strutture che propongono forme di alloggio simili ad alberghi e hotel, ma che non possono essere classificate come tali. I Bed & Breakfast, le case vacanza, le pensioni, gli affittacamere, gli agriturismi e altre forme di alloggio rientrano tra questa categoria. Queste tipologie di strutture ricettive si differenziano dagli alberghi perché molto spesso permettono ai turisti di fruire di servizi personalizzati e avere una maggior autonomia. Un'altra differenza riguarda la gestione di queste strutture: esse sono solitamente a gestione privata o a conduzione familiare. Diversamente le strutture alberghiere sono gestite da aziende o da catene di alberghi. Uno dei maggiori pregi delle strutture extralberghiere, riguarda la possibilità di poter fornire agli ospiti esperienze più intime e la chance di poter vivere come i locali, pur non offrendo gli stessi comfort e servizi degli alberghi (Moreno-Gil e Martín-Santana,2013).

Un'altra tipologia di alloggio, scelta dagli amanti della natura e del turismo en plein air è la struttura ricettiva all'aperto, perché consente un contatto diretto con l'ambiente circostante. Fanno parte di questo gruppo i campeggi, i villaggi turistici e gli spazi attrezzati per i camper. Generalmente queste strutture sono a gestione unitaria e sono aperte al pubblico, sono circoscritte all'interno di un'area recintata, ma comunque immerse in mezzo alla natura. La diversità di alloggi comprende le case mobili, le tende e i bungalow. I visitatori alla ricerca di un viaggio in modalità ecologica preferiscono spesso i campeggi e gli eco-lodge. I campeggi offrono la possibilità di far partecipare gli ospiti ad attività ricreative di gruppo, preservando la connessione e l'immersione nella natura circostante. Per quanto concerne gli eco-lodge, essi sono progettati in maniera tale che abbiano un impatto minimo sull'ambiente e si integrino perfettamente nel paesaggio circostante. Ciò che favorisce tale armonia, è la modalità di produzione di energia che è spesso di natura sostenibile, come ad esempio, il riciclo delle acque e l'utilizzo di pannelli solari. Le strutture ricettive all'aperto di solito sono economiche e offrono un contatto diretto con la natura, ma talvolta sono meno confortevoli e rispetto alle strutture tradizionali richiedono una maggior capacità di adattamento (Cheruon, Burugu e Bor, 2015).

L'ultima categoria, nel panorama dell'offerta turistica, è una tipologia poco nota ma rilevante: le strutture ricettive di mero supporto. Tali strutture comprendono centri congressi, alloggi

per lavoratori stagionali, fiere e altre strutture con il compito di fornire supporto logistico. Spesso non sono legate direttamente al turismo, ma talvolta offrono alloggio temporaneo in situazioni particolari. I centri per eventi e fiere, a volte sono in grado di ospitare persone che partecipano alle riunioni, conferenze e manifestazioni. Gli alloggi disponibili per i lavoratori stagionali invece, offrono una sistemazione temporanea per coloro che lavorano per attività stagionali, come la raccolta agricola o il turismo balneare. Le strutture di mero supporto sono significative per la logistica e l'efficienza degli eventi e delle attività stagionali. Ciò nonostante, rispetto alle strutture ricettive tradizionali, il soggiorno è molto semplice, poco incentrato sul comfort e i servizi disponibili sono limitati (Kariuki, 2008).

Un punto rilevante nel settore turistico nigerino riguarda la tipologia di strutture ricettive fruibili dai turisti. Ciascuna categoria di struttura ricettiva si occupa di soddisfare le varie esigenze dei viaggiatori. La presenza di tali strutture nel suolo nigerino è un fattore che incrementa l'arrivo dei turisti e promuove allo stesso tempo lo sviluppo economico locale, generando posti di lavoro e incentivando gli investimenti.

Tenendo in considerazione l'importanza di questa diversità, risulta facile capire che maggiore è la varietà di strutture, maggiore è la capacità di attrarre turisti con preferenze e aspettative diverse. Oltre a ciò, la percezione del territorio nigerino come una destinazione turistica è influenzata dalla qualità delle strutture e dei servizi offerti. La fidelizzazione del cliente, in questi ambiti, è molto importante, non solo per avere la sicurezza che il cliente tornerà ad usufruire dei servizi fornitigli, ma anche perché tramite il passaparola potrà portare altre persone alla conoscenza ed alla fruizione della stessa struttura.

2.2. *Distribuzione geografica delle strutture*

Un fattore determinante per lo sviluppo turistico di una nazione, riguarda la distribuzione geografica delle strutture di ospitalità turistica e in Niger questa dinamica non fa eccezione. La soddisfazione generale dei visitatori, l'accessibilità e l'attrattiva vengono influenzate dalla posizione strategica delle strutture alberghiere. Una giusta distribuzione delle strutture ricettive, semplifica l'accesso da parte dei turisti ai principali luoghi d'interesse turistico, migliora l'esperienza dei visitatori ed è un trampolino di lancio per uno sviluppo sostenibile ed equilibrato per le diverse zone facente parte del territorio nigerino.

Strutture ricettive nelle zone urbane

Nella capitale, Niamey, è presente il centro economico e politico dell'intera nazione. Tale città riesce a soddisfare le esigenze e le disponibilità economiche dei visitatori fornendo una vasta gamma di diverse strutture ricettive. Sono presenti alloggi economici come B&B, *guest-house* e appartamenti in affitto, ma non mancano anche gli hotel di lusso, che, solitamente appartengono a catene internazionali. Questi hotel riescono ad offrire servizi di alta qualità come: ristoranti, piscine, centri fitness e sale conferenze, ideali per il segmento turistico MICE.

Nei quartieri centrali e nei distretti più sviluppati della città di Niamey è presente la maggior concentrazione di strutture ricettive. Per fare degli esempi, possiamo citare Plateau, che è famosa per la sua vicinanza ai principali edifici governativi e alle ambasciate; invece, il quartiere Yantala, è conosciuto per i locali notturni e la vasta gamma di ristoranti. Anche la zona che costeggia il fiume Niger è ricca di strutture per il pernottamento turistico che attira un gran numero di turisti e viaggiatori d'affari, grazie alle viste panoramiche che si possono contemplare da tali strutture.

Un'altra città, di rilevante importanza, è la città di Agadez. Famosa per la sua importanza storica, la sua architettura tradizionale sudanese e per essere una porta d'accesso al Sahara, diventa una meta turistica attraente. La regione di Agadez attira turisti alla ricerca di escursioni, percorsi di trekking nel deserto e anche visitatori interessati ad incontrare le comunità tuareg per una questione di curiosità culturale. Le strutture ricettive presenti ad Agadez hanno molte sfaccettature: dai semplici hotel, alle pensioni, ai campeggi e ai lodge nel deserto. Per quanto riguarda gli hotel, si preoccupano di soddisfare la totalità della clientela; infatti, si differenziano in strutture di medio-alta categoria, che offrono servizi essenziali e comfort moderni e in hotel più rustici, che consentono al cliente di vivere un'esperienza tradizionale e autentica.

La città di Agadez possiede numerosi siti storici come, ad esempio, la Grande Moschea, in cui spesso vengono svolti eventi culturali che attirano e rendono ancora più interessante la destinazione.

Le strutture ricettive si distribuiscono geograficamente in prossimità dei punti di attrattiva della destinazione, rendendo così al turista una miglior accessibilità.

Un'altra città antica del Niger, avente grande importanza storica culturale è Zinder. Durante il sultanato di Damagaram, Zinder ne è stata capitale, infatti tuttora si possono contemplare alcuni edifici storici e tradizionali rimasti in piedi. Data la presenza di questo patrimonio culturale, fonte di attrazione per i turisti, la città è munita di una vasta gamma di strutture ricettive, tra le più popolari ritroviamo: hotel, bed & breakfast e casa vacanze. Tali strutture variano da alloggi semplici e funzionali a opzioni più sofisticate che riflettono lo stile architettonico della tradizione della regione di Zinder. La destinazione di Zinder ha per lo più un carattere culturale, i turisti sono invogliati a visitare la città grazie alla presenza di palazzi antichi, mercati tradizionali e mosche storiche. La distribuzione geografica delle strutture ricettive è stata pensata in modo strategico, infatti, si trovano in prossimità dei luoghi d'interesse, facilitando così l'esplorazione della città per i visitatori. Un'altra caratteristica rilevante della città di Zinder è che funge da "tappa" per le escursioni nelle aree rurali limitrofe, dove i visitatori si recano per immergersi nelle tradizioni e nella cultura locale.

In conclusione, la distribuzione delle strutture ricettive nelle principali città del Niger riflette l'esigenza e i bisogni dei turisti. Le città sopra citate forniscono delle variegate possibilità di alloggio, facilitando la permanenza nei territori più caratteristici del Niger rendendo così più accogliente il viaggio (Rogerson e Visser ,2017).

Strutture ricettive nelle aree rurali

Nelle aree rurali del Niger, le sistemazioni turistiche si trovano spesso in prossimità di parchi nazionali e riserve nazionali, garantendo così, al turista interessato ad esplorare la ricca biodiversità e i paesaggi unici, una maggior comodità di fruizione della vacanza.

Una delle principali fonti di attrattiva naturale del Niger è il Parco Nazionale del W, famoso per la sua fauna diversificata e per i suoi splendidi paesaggi fluviali. Le strutture di pernottamento turistico nelle vicinanze del Parco sono: i campeggi e gli eco-lodge, pensati per avere un accesso diretto alle escursioni e ai safari. Tali alloggi presentano solitamente

un'architettura basata sull'utilizzo di materiali locali, ideati per essere in armonia con l'ambiente naturale circostante. Le tipologie delle strutture ricettive sono quindi correttamente differenziate: da soluzioni semplici, ideali per viaggiatori avventurosi, a lodge lussuosi con servizi completi come ristoranti, guide qualificate e attività organizzate.

La Riserva di Kouré, citata in precedenza per la sua importanza connessa alla presenza delle giraffe per alta, è un altro punto strategico per la nascita di strutture ricettive. Infatti, le strutture presenti in vicinanza offrono la possibilità al cliente di incontrare meravigliosi animali in un ambiente totalmente naturale. Le strutture qui presenti includono alloggi ed eco-lodge e, soprattutto, promuovono il turismo sostenibile e responsabile, in quanto contribuiscono alla conservazione delle specie e al sostegno economico delle popolazioni locali. Spesso le strutture ricettive presenti nelle riserve collaborano assieme alle comunità locali in modo tale da offrire un'esperienza autentica, tradizionale e rispettosa dell'ambiente al turista.

Nelle aree rurali del territorio nigerino sono presenti affascinanti oasi e villaggi tuareg che offrono esperienze di alloggio di valore unico e autentico. Nel deserto del Ténéré risiede l'oasi di Blima, nota per la produzione di sale e per i suoi paesaggi strepitosi. Qui, i turisti, possono provare l'esperienza di immergersi nella cultura dei locali, vivendo in veri e propri alloggi tradizionali. Questi alloggi vengono costruiti con materiali naturali e tecniche tradizionali, offrono una sistemazione autentica e confortevole nel cuore del deserto. In questa zona, solitamente, i turisti si imbattono in escursioni nel deserto, visite alle saline e ottengono un contatto con la cultura locale attraverso dei tour guidati organizzati dagli stessi abitanti dell'oasi (Gafarou, 2020).

Un'altra zona degna di nota è la regione dell'Air, con i suoi villaggi tuareg e le sue montagne spettacolari, regala ai turisti l'opportunità di tuffarsi nella cultura e nella vita quotidiana delle comunità locali. Le sistemazioni turistiche comprendono campi tendati e *guest-houses* gestite dalle famiglie locali, garantendo un'esperienza autentica, coinvolgente e calorosa. Anche in queste aree i turisti vengono attratti per la possibilità di fare delle escursioni e generalmente, il punto di partenza è il massiccio dell'Air, ove è possibile visitare siti archeologici, contemplare l'arte rupestre e godere della bellezza naturale della regione.

Come si evince, la presenza di strutture ricettive nelle zone rurali del Paese è strettamente correlata alle ricchezze culturali e naturali del Niger. In prossimità di parchi nazionali, oasi e

villaggi tuareg, le strutture offrono ai visitatori una varietà di esperienze, dalle avventure naturalistiche alle immersioni culturali, contribuendo allo sviluppo sostenibile delle comunità locali e alla conservazione dell'ambiente.

La distribuzione geografica delle strutture ricettive si lega anche ai percorsi delle rotte turistiche, queste tipologie di alloggio sono utili per coloro che si vogliono fermare a metà via tra una destinazione e un'altra. Il Niger è attraversato da antiche strade carovaniere che favorirono il commercio trans-sahariano, importanti perché collegavano il Nord Africa all'Africa subsahariana. Ora, i resti di questi percorsi, hanno un valore storico culturale che attira molti visitatori volenterosi di scoprire la storia e il passato del Niger. Le strutture ricettive presenti in queste antiche vie commerciali spaziano dagli alberghi ai campi tendati tradizionali. L'architettura, con la quale sono stati costruiti questi alloggi, dona un valore aggiunto all'esperienza del turista, perché riflette lo stile di vita delle popolazioni nomadi che anni addietro percorrevano le stesse rotte. Gli ospiti, oltre ad alloggiare in queste strutture tradizionali, si interessano alla scoperta della storia e la cultura delle antiche carovane attraverso visite guidate fornite dai cittadini locali (Thomas, 1952).

Fuori dalle città, dalle riserve, dai parchi nazionali, e dalle rotte turistiche, troviamo un'altra tipologia di destinazione che sta diventando sempre più rilevante: il deserto. Il deserto del Niger è fonte di attrazione per molti visitatori desiderosi di avventurarsi nelle numerose attività di trekking ed escursionismo. Le strutture ricettive presenti lungo i percorsi escursionistici si preoccupano di soddisfare il proprio target, determinato da escursionisti e amanti dell'avventura. Le strutture ricettive sono posizionate in punti strategici e forniscono un'accoglienza semplice ma confortevole, come ad esempio eco-lodge e rifugi nel deserto. Queste strutture, oltre a garantire il servizio di pernottamento, si occupano di avere una funzione di ristoro. Inoltre, molte di queste sistemazioni collaborano insieme a delle guide locali qualificate che conducono i turisti nelle loro escursioni, garantendo sicurezza e arricchendo con nozioni approfondite la conoscenza del territorio. Questi alloggi generalmente sorgono in prossimità di punti d'interesse naturalistico, come ad esempio: dune di sabbia, formazioni rocciose oppure oasi. Molto spesso queste strutture fungono anche da agenzie di viaggio, in quanto, offrono pacchetti turistici che includono attività come il sandboarding, lo snowboard sulla sabbia, le escursioni sul cammello e l'osservazione delle stelle, rendendo così l'esperienza nel deserto del Sahara indimenticabile.

Il territorio nigerino possiede un'eredità storica e archeologica sostanziosa e significativa. I centri storici e archeologici hanno la capacità di calamitare molti turisti alla ricerca della conoscenza del passato dell'affascinante paese. Nelle prossimità di queste zone si trovano diverse strutture ricettive che vanno dai piccoli alberghi, alle *guest-house*, ai campeggi tendati. La posizione geografica di tali locazioni turistiche è sempre immersa nella natura ed è un ottimo punto di partenza conveniente per le visite. Anche queste strutture spesso collaborano con guide locali per riuscire a fornire un'esperienza completa e colma di informazioni storiche per gli interessati visitatori. Spesso, questi alloggi organizzano eventi culturali, quali concerti di musica e danza tradizionali.

Nel Niger, c'è una differenza sostanziale tra le strutture ricettive presenti nelle aree urbane e quelle presenti nelle aree rurali. Nelle città principali, quali Niamey, Agadez e Zinder, c'è un'ampia diversità di alberghi, che vanno dalle catene internazionali di hotel di lusso ad alberghi di fascia media. La vicinanza di tali strutture ricettive, ad infrastrutture legate al trasporto, come aeroporti internazionali e strade extraurbane e la presenza di una vasta gamma di servizi pubblici, rende queste città punti di riferimento per il turismo d'affari, culturale e storico. Infatti, l'esperienza dei turisti viene migliorata permettendo loro di beneficiare di servizi di ristorazione, di negozi e di centri culturali. La notevole concentrazione di risorse e gli investimenti nelle infrastrutture delle aree urbane sostengono il mantenimento e l'aggiornamento delle strutture. Gli aspetti negativi, capaci di ridurre l'attrattiva turistica, dell'area urbana riguardano il sovraffollamento, che spesso sfocia in un inquinamento. Un altro deterrente per i turisti è legato a questioni economiche, spesso i prezzi presenti in queste aree non sono compatibili con il budget dei turisti.

Per quanto riguarda le aree rurali, come ad esempio quelle in prossimità alle oasi, ai parchi nazionali e ai villaggi tuareg, le strutture ricettive sono solitamente molto più economiche. In queste zone ritroviamo eco-lodge, campeggi tendati e piccoli alberghi a gestione familiare. La peculiarità di molte di queste strutture è il modo in cui la loro architettura si integri con il paesaggio circostante, fornendo ai propri ospiti un'esperienza autentica e sostenibile. Questa caratteristica è un vero e proprio vantaggio per aumentare l'attrattiva della destinazione. Oltre a migliorare la condizione della vacanza, c'è la possibilità di far lavorare le comunità locali nell'industria turistica e aumentare il commercio.

La mancanza di infrastrutture, però, gioca un ruolo svantaggioso per le realtà rurali. La mancanza di strade ben asfaltate, limita l'accessibilità alla destinazione. Inoltre, le risorse limitate e la mancanza di investimenti rendono più difficile il sostegno delle strutture e l'aggiornamento di esse.

La distribuzione geografica delle strutture ricettive ha un impatto rilevante sul turismo e sull'economia locale. Nelle zone urbane sono presenti alte concentrazioni di strutture di pernottamento di alta qualità, che permettono di attrarre un maggior numero di visitatori internazionali e d'affari. Le aree urbane possono anche fungere da base di partenza per esplorazioni più approfondite nelle aree rurali della nazione.

Per quanto riguarda le strutture ricettive nelle aree rurali, esse creano opportunità di lavoro, accrescono l'economia locale e promuovono la conservazione delle tradizioni naturali e culturali. In queste zone c'è una minor affluenza turistica e per garantire una crescita sostenibile e inclusiva del settore turistico è necessario uno sviluppo delle infrastrutture legate all'industria del turismo nel Paese.

2.3. *Analisi delle caratteristiche e dei servizi*

Per il successo del settore turistico è essenziale che le caratteristiche e i servizi offerti dalle strutture ricettive siano apprezzate dai turisti. Caratteristiche e servizi, infatti, non solo hanno un impatto diretto sull'esperienza degli ospiti, ma contribuiscono ad aumentare l'attrattiva della destinazione. Per una destinazione turistica competitiva è necessario possedere un'ampia gamma di strutture varie e compatibili con le esigenze di quanti più turisti possibili. Lo scopo di questo paragrafo è quello di esaminare in maniera dettagliata le varie tipologie di servizi offerti dalle strutture ricettive nel territorio nigerino, analizzando le loro caratteristiche uniche e il modo in cui riescono a soddisfare i bisogni di diversi segmenti di mercato. L'obiettivo è fornire un quadro completo delle dinamiche che caratterizzano l'offerta ricettiva in Niger, facendo risaltare le caratteristiche che rendono le strutture in linea con uno sviluppo sostenibile del turismo.

Caratteristiche delle strutture ricettive

Le strutture di accoglienza turistica in Niger sono caratterizzate da un affascinante intreccio tra cultura tradizionale e modernità, rappresentate dalle architetture moderne che spesso incorporano influenze storiche (Sacko, 2021). A seconda della loro ubicazione e della loro funzione, il design di tali strutture cambia notevolmente. Un altro carattere interessante di tali sistemazioni turistiche è la particolare attenzione che viene posta sull'integrazione di queste strutture con il paesaggio circostante, favorendo così la valorizzazione del patrimonio culturale locale.

Un esempio importante che riflette queste caratteristiche lo ritroviamo nelle pensioni, i campi tendati nei villaggi tuareg e nelle oasi, tutti accomunati da un'architettura che rispetta e rappresenta le pratiche costruttive locali. Tali edifici solitamente vengono costruiti tramite l'utilizzo di materiali naturali presenti in loco, come fango, argilla e legno; la costruzione avviene attraverso metodi di costruzione che vengono tramandati di generazione in generazione. Queste strutture offrono ai turisti un'esperienza culturale autentica grazie alla preservazione delle tradizioni architettoniche e artigianali del Niger.

Le strutture alberghiere moderne, invece, puntano a fondere un design più contemporaneo nelle aree urbane e nelle zone di turismo emergente. Questa decisione è spesso influenzata dagli standard internazionali di comfort e funzionalità. Le strutture in questione sono: resort, hotel di catene internazionali e lodge di lusso, che, a differenza delle strutture presenti nelle aree rurali, vengono costruite tramite l'utilizzo di materiali moderni come cemento e vetro, allo stesso modo la loro progettazione si focalizza sul comfort, la sicurezza e l'efficienza energetica.

Le disuguaglianze tra le strutture tradizionali e moderne non riguardano solo l'aspetto estetico e architettonico, ma si estendono anche alla tipologia di servizio che offrono, quindi alla loro funzionalità. Le sistemazioni di carattere tradizionale tendono a promuovere un'immersione più autentica nella cultura locale; quelle moderne, invece, offrono una gamma più variata di servizi e comfort, rispondendo maggiormente alle esigenze di una clientela internazionale in viaggio d'affari. Questa dualità tra le strutture d'accoglienza turistica riflette la diversità del paese e la sua capacità di accogliere turisti con diversi bisogni, aspettative, esigenze e preferenze.

Le analisi relative alle capacità e alle dimensioni delle strutture ricettive sono significative se ci si riferisce alla capacità di ospitare turisti e al numero di camere possedute dalla struttura. Tali caratteristiche hanno un impatto rilevante sull'offerta turistica, e solitamente un valore alto di capacità e dimensioni è correlato a strutture presenti nelle aree urbane, a differenza il valore diminuisce nelle aree rurali. Nelle principali agglomerati urbani del Niger, come Niamey, Agadez e Zinder, le strutture alberghiere hanno un elevato numero di camere e di conseguenza tendono ad avere molti posti letto. Come detto in precedenza molto spesso queste strutture sono gestite da catene internazionali, in più, sono progettate per accogliere un gran numero di clienti, incluse delegazioni ufficiali, turisti internazionali, e partecipanti a conferenze ed eventi. In particolar modo, queste strutture presenti nelle zone urbane hanno la possibilità di ospitare conferenze ed eventi grazie alla presenza di spazi dedicati, all'interno degli alberghi stessi.

Nelle aree rurali è presente un approccio diverso, le strutture turistiche sono generalmente di piccola dimensione e spesso non rispettano gli standard della clientela. Come elencato nel paragrafo precedente le strutture ricettive nelle zone rurali comprendono: le pensioni nei villaggi, lodge nei parchi nazionali e i campi tendati. Tutte queste sistemazioni solitamente offrono un numero limitato di camere, che si aggira intorno a poche decine di posti letto. Nonostante le dimensioni ridotte di queste strutture, il servizio offerto da loro ricopre spesso un valore esperienziale che completa la vacanza del turista, questo perché vengono offerti servizi personalizzati e in sintonia con l'ambiente circostante. La limitata capacità ricettiva in queste aree è dovuta alla volontà di preservare l'ambiente culturale e naturale grazie alla riduzione dell'impatto del turismo di massa (Ezeuduji, 2015). Risulta cristallino che il confronto delle capacità tra le strutture ricettive urbane rispetto a quelle rurali, evidenzia una distinzione tra le aree maggiormente sviluppate, che hanno la possibilità di accogliere parecchi turisti, e quelle più remote che hanno un turismo più selettivo e meno impattante. Grazie a questa diversità tra le aree, il Niger non solo riesce a farne tesoro attirando turisti con esigenze differenti, ma riesce anche ad accogliere un gran numero di visitatori da un lato, e dall'altro lato riesce a preservare e valorizzare le proprie risorse naturali e culturali.

Nel settore turistico, la classificazione delle strutture ricettive è una componente fondamentale per riuscire a determinare la qualità dell'offerta e per poter indirizzare i visitatori nelle proprie scelte.

Le strutture di ricezione possono essere suddivise e organizzate secondo criteri che utilizzano standard ufficiali e non ufficiali. Spesso questi standard vengono decisi dal governo o da enti regolatori del settore turistico. Questi standard vengono stabiliti con lo scopo di riuscire ad uniformare e raggruppare l'offerta ricettiva, in modo tale da riuscire a garantire un livello minimo di qualità e allo stesso tempo fornire ai turisti una chiara esplicitazione dei servizi e dei comfort che possono ricevere. Tali criteri racchiudono per esempio la categorizzazione attraverso le stelle per gli hotel (Cser, 2008), che tiene conto del numero e della qualità delle camere, la disponibilità di servizi, quali: ristoranti, piscine, centri benessere e l'accesso a tecnologie e trasporti.

Oltre ai criteri ufficiali, esistono anche delle classificazioni non ufficiali, che molto spesso si basano sulle valutazioni e recensioni dei clienti che vengono pubblicate su piattaforme online. Anche se non si tratta di un sistema regolamentato, questi criteri influenzano sempre più la percezione dei futuri visitatori. Le recensioni online, i punteggi sui siti di prenotazione e le raccomandazioni sui social media, hanno un impatto rilevante sulla reputazione delle strutture ricettive. Questi criteri, infatti, hanno spesso un impatto pari o addirittura superiore a quelli ufficiali e regolamentati.

Servizi offerti dalle strutture ricettive

I sistemi di ospitalità in Niger, come sottolineato precedentemente, si differenziano in maniera rilevante in termini di qualità e servizi, offrendo alloggi dai più costosi ai più accessibili. Le strutture di lusso sono spesso situate negli agglomerati urbani principali o in prossimità di attrazioni turistiche note e si contraddistinguono per l'elevata qualità dei servizi, un'attenzione particolare ai dettagli e un design raffinato in chiave moderna. Queste strutture attirano clienti internazionali alla ricerca di comfort e servizi unici nei loro hotel o resort di lusso.

Le soluzioni più economiche, invece, quali pensioni, bed & breakfast e alloggi rurali, sono più accessibili e quindi adatte a viaggiatori con budget più limitati. Pur offrendo solo servizi essenziali, queste strutture compensano la semplicità con un'ospitalità calorosa e un'esperienza più radicata e autentica nella cultura locale.

I servizi offerti dalle strutture ricettive non sono l'unico fattore ad avere un impatto sulla qualità dell'esperienza turistica, anche la varietà di categorie di alloggio, influenza le scelte dei viaggiatori. Ci sono dei servizi di base che devono essere garantiti per un soggiorno confortevole e soddisfacente per il turista. Ovviamente, il servizio principale è il pernottamento, con un focus sulla qualità e comodità delle camere. Le camere delle strutture ricettive nigerine spaziano da camere semplici e funzionali a camere di lusso con arredamenti sofisticati e il supplemento di servizi, come aria condizionata e connessione Wi-Fi.

Un altro servizio vitale, in grado di influenzare la scelta dei turisti riguarda l'ambito della ristorazione. Molte strutture hanno al proprio interno dei ristoranti ove solitamente servono varietà di piatti che si rifanno alla cucina internazionale e locale. Diversamente, molte strutture decidono di collaborare con ristoranti locali, in modo tale da riuscire a donare ai propri turisti un'esperienza gastronomica localmente autentica.

Indipendentemente dalla categoria, la pulizia e la manutenzione sono elementi imprescindibili per tutte le strutture ricettive. Gli standard elevati di igiene e una manutenzione regolare migliorano l'esperienza del cliente e contribuiscono alla buona reputazione della struttura a lungo termine.

Oltre ai servizi essenziali, tante strutture ricettive nigerine permettono ai propri ospiti di usufruire di una varietà di servizi extra che hanno lo scopo di migliorare l'esperienza del soggiorno. Negli hotel di lusso e nei resort, dove i clienti ricercano il relax e la cura del proprio corpo, le aree benessere come piscine, spa e centri fitness, vengono particolarmente apprezzate dagli ospiti.

In un paese vasto come il Niger, dove il tragitto tra punto di interesse turistico e un altro, spesso può essere molto distante, i servizi di trasporto quali navette per aeroporti o noleggio auto sono essenziali. Questi servizi facilitano gli spostamenti e l'accessibilità alle attrazioni turistiche.

Il segmento del turismo d'affari, che è in costante e rapida crescita in Niger, necessita di strutture adatte alla fruizione di eventi, come sale conferenze e spazi per riunioni. Nelle tre città principali, dove le attività commerciali e istituzionali si concentrano, questi servizi sono particolarmente importanti, infatti, molte delle strutture ricettive presenti nelle aree urbane hanno spazi dedicati, in cui il settore MICE trova le proprie esigenze soddisfatte.

Un aspetto al passo con i tempi e sempre più importante per il progresso e lo sviluppo del turismo in generale, che però riguarda anche le strutture ricettive, è il tema della sostenibilità. Molte strutture di ospitalità turistiche in Niger, in seguito ad un aumento di consapevolezza ambientale, stanno adottando strategie che mirano ad un turismo sostenibile. Questi piani operativi includono l'utilizzo di energie rinnovabili, quali pannelli solari e l'adozione di pratiche, come il riciclaggio e la riduzione dell'uso di plastica, per ridurre i rifiuti. Queste pratiche non solo hanno un impatto positivo sui turisti, ma aiutano a preservare l'ambiente naturale.

Un altro punto cruciale, sempre connesso al turismo sostenibile, riguarda il coinvolgimento delle comunità locali. Molte strutture sostengono l'artigianato locale promuovendo l'offerta dei tour guidati dai residenti, in maniera tale da riuscire a creare un legame tra turisti e cultura locale, contribuendo anche, allo sviluppo economico delle comunità ospitanti (Richardson, 2010).

Tornando ai servizi offerti dalle strutture ricettive in Niger, è necessario dire che spesso vengono offerti una serie di servizi mirati per la soddisfazione di specifici segmenti di clientela. Ad esempio: i viaggiatori d'avventura ed escursionisti possono ottenere esperienze di trekking e di esplorazione del deserto con guide locali qualificate e attrezzature sportive. Inoltre, molte delle strutture progettate per le famiglie offrono attività per bambini e servizi familiari, come camere comunicanti o aree giochi. Queste prerogative per una famiglia alla ricerca del comfort e sicurezza durante il soggiorno, sono fondamentali.

Un altro punto di crescita in ambito di ricezione turistica riguarda le strutture ricettive che stanno prendendo sempre più in considerazione l'accessibilità per le persone con disabilità. Per garantire che ogni ospite, indipendentemente dalle proprie capacità fisiche, possa godere di un soggiorno confortevole e privo di limitazioni, le strutture inclusive offrono accessi facili, camere e bagni adattati e servizi personalizzati.

In sintesi, per soddisfare le esigenze di un mercato turistico sempre più variegato, le strutture ricettive nigerine stanno gradualmente ampliando e diversificando i propri servizi. Un fattore chiave, per il successo e la competitività del settore ricettivo della nazione, riguarda l'offerta dei servizi di alta qualità, iniziative di turismo sostenibile e soluzioni mirate per segmenti specifici di clientela.

Negli ultimi anni sta avvenendo uno sviluppo turistico che tocca anche il Niger. L'utilizzo di nuove tecnologie digitali e la comparsa di nuove tipologie di ospitalità stanno trasformando l'esperienza del viaggio e dell'accoglienza turistica del Paese. L'adozione sempre più presente delle piattaforme di prenotazione online è una parte significativa di questo cambiamento. Gli strumenti digitali rendono più semplice ed efficiente la gestione delle prenotazioni e consentono ai turisti di scegliere le strutture ricettive con maggiore flessibilità, fornendo l'opportunità di confrontare prezzi, servizi e recensioni, in tempo reale. Tra l'altro, molte aziende dell'industria turistica stanno adottando sistemi di gestione digitale per migliorare le operazioni interne e migliorare la gestione delle risorse e dei servizi che offrono. L'espansione dei servizi digitali rivolti agli ospiti è un altro aspetto di notevole importanza. Ormai quasi tutte le strutture offrono gratuitamente il servizio di Wi-Fi, questo perché le strutture riconoscono quanto sia rilevante la connessione internet per i viaggiatori contemporanei (Adeola e Evans, 2018). Inoltre, check-in online automatizzato inizia ad essere sempre più presente e facilita agli ospiti le azioni di check-in e check-out rendendole più rapide e senza la necessità di interazioni dirette con l'*host*, migliorando il servizio e spesso l'esperienza soggettiva e complessiva del cliente.

I nuovi modelli di ospitalità, che si stanno sviluppando parallelamente all'innovazione tecnologica, hanno il compito di soddisfare le esigenze del mercato turistico in continua evoluzione.

Un fenomeno in rapida crescita riguarda l'offerta di alloggi alternativi attraverso piattaforme di condivisione come Airbnb. Molto più spesso i viaggiatori sono alla ricerca di un'esperienza personalizzata e intima e di conseguenza preferiscono soggiornare in abitazioni private invece che in hotel convenzionali. I turisti di oggi ormai non cercano più solamente un luogo dove soggiornare, ma desiderano vivere esperienze coinvolgenti che consentano loro la possibilità di immergersi nella cultura locale e di personalizzare la vacanza a proprio piacimento. Questo cambiamento della domanda ha ovviamente inciso anche sull'offerta, rendendola sempre più completa di esperienze autentiche e culturali all'interno del paese, includendo tour guidati da locali, partecipazione a eventi culturali e soggiorni in lodge ecosostenibili. Tutte attività che promuovono e valorizzano un turismo rispettoso e sostenibile delle comunità locali.

Quindi, i progressi tecnologici e i nuovi modelli di ospitalità stanno rivoluzionando il turismo

in Niger e forniscono nuove possibilità di attirare clienti stranieri, con esigenze sempre più diversificate. Questi cambiamenti offrono inoltre, l'opportunità di migliorare la filiera turistica del paese sostenendo allo stesso tempo lo sviluppo economico e culturale delle comunità locali.

Per riassumere, le strutture ricettive in Niger offrono ai turisti un'ampia gamma di esperienze, dall'ospitalità tradizionale, agli alloggi più moderni con influenza internazionale. Queste strutture, a seconda della posizione in cui si trovano, riflettono la diversità culturale e geografica del territorio nigerino. Il design utilizzato per la creazione di queste strutture è vario e molto spesso è ispirato all'architettura locale e incorpora materiali naturali e tradizionali creando un senso autentico di legame con la regione. Questo fattore è un punto di forza per attrarre visitatori alla ricerca di un turismo esperienziale e autentico.

Per quanto riguarda la fruizione di servizi, le strutture del paese oltre ad offrire servizi di base, legati alla manutenzione camera, pulizie o Wi-Fi, stanno investendo su servizi di qualità legati alla ristorazione, ai centri benessere e piscine e alla creazione di aree per poter ospitare eventi. Tutti questi servizi hanno un occhio di riguardo per non solo per i turisti locali ma soprattutto per i clienti internazionali. Anche se questi servizi sono in via sviluppo, risultano essenziali per migliorare l'esperienza complessiva del soggiorno e aumentare la percezione di qualità degli utenti.

Nel contesto dell'attrattività turistica del territorio nigerino, i servizi hanno un ruolo fondamentale e non devono essere sottovalutati. Difatti, per competere con altre destinazioni e riuscire ad incrementare l'afflusso turistico, è necessario offrire servizi di ospitalità che siano di qualità e che rispecchiano allo stesso tempo le tradizioni locali e gli standard internazionali. Inoltre, le strutture riescono a creare nei clienti una percezione a valore autentico grazie ai servizi moderni e le comodità offerte. L'insieme di queste caratteristiche contribuisce alla creazione di un'immagine positiva e duratura del Niger come destinazione turistica.

Il settore dei trasporti ha forti radici nel concetto di Revenue Management (RM), in particolare nel settore aereo, dove sono state sviluppate tecniche sofisticate di gestione dei prezzi per ottimizzare i ricavi in un contesto di domanda variabile e capacità limitate.

L'introduzione dei primi Global Distribution Systems (GDS) circa 50 anni fa ha dato origine al Revenue Management. La raccolta e l'elaborazione di grandi quantità di dati, essenziali per

l'analisi della domanda e l'ottimizzazione dell'offerta in tempo reale, è stata resa possibile per la prima volta da questi sistemi informatici innovativi. Tuttavia, il Deregulation Act del 1978 negli Stati Uniti avvenne la vera svolta nel RM, liberalizzando il mercato aereo e permettendo all'ingresso delle compagnie low cost. Le compagnie aeree tradizionali sono state costrette a competere con prezzi dinamici a causa di questo cambiamento drastico. Di conseguenza, i prezzi sono cambiati in base alla domanda e al momento della prenotazione.

Il settore aereo fu il primo a utilizzare su larga scala le tecniche di RM, sfruttando la possibilità di variare i prezzi dei biglietti in base alla stagione e all'anticipo della prenotazione. Questo metodo ha permesso di massimizzare i profitti vendendo lo stesso volo a prezzi diversi al momento dell'acquisto, garantendo così la piena occupazione dei posti disponibili.

3. REVENUE MANAGEMENT NEL CONTESTO NIGERINO

3.1. *Concetti di revenue management*

Il Revenue Management (RM) è una strategia sofisticata utilizzata per ottimizzare i ricavi attraverso la gestione dinamica dei prezzi e della capacità disponibile. Questo concetto, sviluppato inizialmente nel settore aeronautico, è diventato fondamentale per diversi settori, inclusa l'industria alberghiera. Secondo una delle definizioni più comuni, il Revenue Management consiste nel "vendere il prodotto giusto, al cliente giusto, al momento giusto, al prezzo giusto, attraverso i giusti canali" (Cross, 2023).

Il Revenue Management è nato circa 50 anni fa con l'introduzione dei primi Global Distribution Systems (GDS), che hanno permesso la raccolta e l'elaborazione di grandi quantità di dati storici. Questi sistemi, inizialmente utilizzati nel settore aereo, hanno posto le basi per le tecniche di pricing dinamico che sono alla base della gestione dei ricavi. La capacità di modificare i prezzi in base alla variazione della domanda, utilizzando la segmentazione del mercato e la differenziazione dei prezzi in base al canale di vendita e al momento della prenotazione, è una componente importante per la gestione dei ricavi. Il RM include anche il concetto di controllo della capacità, che significa ottimizzare l'uso di risorse limitate come le camere d'albergo, in particolare durante le stagioni più calde e più fredde. Il RM ha due obiettivi principali: massimizzare il profitto e ottimizzare il tasso di occupazione (Kimes, 2003). Questo può essere raggiunto mediante un accurato bilanciamento tra domanda e prezzi, che garantisce che le risorse vengano vendute al miglior prezzo possibile, senza compromettere l'occupazione. Il RM si concentra sul fatturato piuttosto che sul profitto, gestendo il prezzo piuttosto che la riduzione dei costi.

Il settore aereo, come citato poco sopra, fu il primo ad utilizzare su larga scala le tecniche di RM, sfruttando la possibilità di variare i prezzi dei biglietti in base alla stagione e all'anticipo della prenotazione. Questo metodo ha permesso di massimizzare i profitti vendendo lo stesso volo a prezzi diversi al momento dell'acquisto, garantendo così la piena occupazione dei posti disponibili.

Il successo del RM nel settore aereo lo ha portato anche in altri settori con caratteristiche simili, come l'alberghiera, dove l'ottimizzazione dei prezzi è fondamentale per massimizzare i ricavi a causa della domanda variabile e della capacità limitata (ad esempio, il numero di camere). Oggi, il RM è ampiamente utilizzato in molte industrie, come l'assistenza alberghiera, il trasporto ferroviario e marittimo, e persino nella gestione di eventi e nella vendita di spazi pubblicitari (Cross, 2023).

Per massimizzare i ricavi in settori con capacità limitate e domande variabili, come l'industria alberghiera, il RM è una pratica complessa che si basa su alcuni elementi essenziali. L'ottimizzazione della capacità disponibile, la differenziazione dei prezzi e la segmentazione della clientela sono i tre pilastri su cui si basa questa disciplina.

La divisione del mercato in gruppi distinti di clienti che condividono caratteristiche simili e reagiscono in modo simile a strategie specifiche di pricing e marketing è nota come segmentazione della clientela. La segmentazione in RM consente di identificare diversi segmenti di clientela, come viaggiatori commerciali e turisti di vacanza; che hanno esigenze, sensibilità al prezzo e comportamenti d'acquisto diversi. Ad esempio, i viaggiatori *leisure* sono più attenti ai prezzi e prenotano spesso in anticipo, mentre i viaggiatori *business* possono essere disposti a pagare tariffe più elevate per maggiore flessibilità e servizi aggiuntivi. Con l'aiuto di questa segmentazione, le strutture ricettive possono modificare le loro strategie di pricing e promozione per massimizzare i profitti per ciascun segmento, fornendo ai clienti il prodotto giusto al momento giusto.

Un altro aspetto importante del RM è la differenziazione dei prezzi, nota anche come pricing dinamico. Il prezzo cambia in risposta alla domanda, alla segmentazione del mercato e ad altri fattori, come la stagionalità o l'anticipo della prenotazione. Nel settore alberghiero, la differenziazione dei prezzi consente di differenziare i prezzi per lo stesso tipo di camera in base al segmento di clientela, al canale di vendita e al momento della prenotazione. Ad esempio, per incentivare le prenotazioni anticipate e aumentare la domanda durante la

stagione di punta, quando la domanda è maggiore, un'agenzia di viaggi online potrebbe vendere una camera ad un prezzo più basso.

Le strategie sviluppate nel settore aereo, in cui i biglietti venivano venduti a prezzi diversi in base al momento dell'acquisto e alla vicinanza della data del volo, sono la fonte della pratica della differenziazione dei prezzi. Dopo la deregolamentazione del mercato, questo metodo ha permesso alle compagnie aeree di competere in modo efficace nel mercato liberalizzato. Successivamente si è diffuso in altri settori, come la gestione dei redditi.

L'ottimizzazione della capacità disponibile è forse l'elemento più importante del RM perché riguarda la gestione di risorse limitate (come il numero di camere in un hotel) in modo da massimizzare il loro utilizzo. Le risorse nel settore alberghiero non possono essere immagazzinate o perse per sempre; quindi, è fondamentale allineare il più possibile la domanda con le capacità disponibili. Questa ottimizzazione è ottenuta controllando i prezzi e gestendo le prenotazioni. Ad esempio, puoi riservare alcune camere a clienti che sono disposti a pagare di più nei periodi di alta domanda o offrire sconti nei periodi di bassa occupazione per attirare clienti che altrimenti non prenoterebbero.

L'obiettivo finale è appiattire la curva della domanda, ridurre le variazioni e garantire che le risorse disponibili siano utilizzate al meglio.

Il sistema di gestione dei ricavi è costituito da una serie di parametri essenziali che aiutano a monitorare e ottimizzare le prestazioni finanziarie di una struttura ricettiva. Il RevPAR (Revenue per Available Room), ADR (Average Daily Rate) e il Occupancy Rate sono i più utilizzati nel settore alberghiero. Queste misurazioni forniscono una panoramica completa delle capacità di un hotel per gestire e generare ricavi (Kimes, 2003).

Il RevPAR, una delle misure più significative nel settore alberghiero, è ampiamente utilizzato per valutare la performance finanziaria di un hotel. Questo indicatore calcola i profitti per ogni camera disponibile, indipendentemente dall'occupazione. Il RevPAR può essere determinato moltiplicando l'ADR per il Tasso di Occupazione o dividendo il totale dei ricavi delle camere per il numero totale di camere disponibili, vedi formula in figura 3.1.

Figura 3.1

$$RevPAR = \frac{\text{ricavi camere}}{\text{camere occupate}} * \frac{\text{camere occupate}}{\text{capacità}} = \frac{\text{ricavi camere}}{\text{capacità}}$$

$$RevPAR = ADR * Occupancy$$

Fonte: Appunti corso *Revenue Management*

L'impatto del prezzo medio (ADR) e della capacità di riempire le camere (Occupancy Rate) sono combinati in unico indicatore particolarmente utile. Un alto RevPAR indica che un hotel sta riuscendo a mantenere un buon livello di occupazione e a vendere camere a un prezzo favorevole. È importante ricordare che un elevato RevPAR non sempre significa profitti elevati perché non tiene conto dei costi operativi.

L'ADR determina il prezzo medio per camera venduta in un periodo di tempo specifico. Si calcola dividendo il totale dei ricavi delle camere per il numero di camere vendute, come mostrato in figura 3.2:

Figura 3.2

$$ADR \text{ (Average Daily Rate)} = \frac{\text{ricavi camere}}{\text{camere occupate}}$$

Fonte: Appunti corso *Revenue Management*

Quando si tratta di comprendere la strategia di pricing di un hotel e il suo posizionamento nel mercato, l'ADR è un indicatore chiave. L'ADR si concentra solo sulle camere effettivamente vendute, fornendo una visione più chiara del prezzo che i clienti sono disposti a pagare, mentre il RevPAR considera tutte le camere disponibili. Un aumento dell'ADR può indicare un aumento della domanda o una migliore percezione del valore da parte dei clienti. Tuttavia, l'ADR da solo non fornisce informazioni sulla quantità di camere vendute, quindi è spesso utilizzato insieme ad altri indicatori come il RevPAR e il tasso di occupazione.

Il tasso di occupazione è una misura che calcola la percentuale di camere occupate rispetto al numero totale di camere disponibili in un certo periodo di tempo. La procedura di calcolo è la seguente mostrata in figura 3.3:

Figura 3.3

$$\text{Occupancy} = \frac{\text{camere occupate}}{\text{capacità}}$$

Fonte: Appunti corso *Revenue Management*

Per comprendere l'efficienza con cui un hotel utilizza le proprie capacità, questo indicatore è fondamentale. L'alto tasso di occupazione dell'hotel indica che è in grado di riempire la maggior parte delle sue camere, il che è vantaggioso per il volume di affari. Tuttavia, un alto tasso di occupazione combinato con un basso ADR potrebbe indicare che l'hotel sta vendendo le camere a prezzi troppo bassi per massimizzare i profitti. Pertanto, per fornire una panoramica completa delle performance finanziarie, il tasso di occupazione deve essere interpretato in relazione all'ADR e al RevPAR (Ellero, 2023).

3.2. Applicazioni del revenue management nel settore alberghiero

Nel settore alberghiero contemporaneo, il revenue management è diventato un pilastro strategico. Consente alle strutture ricettive di massimizzare i loro profitti attraverso la gestione ottimale delle tariffe e della capacità. La sua applicazione si basa su idee che sfruttano la domanda dinamica del mercato, la segmentazione della clientela e l'analisi dei dati storici, consentendo agli hotel di adattarsi rapidamente ai cambiamenti del mercato. Nel settore alberghiero, il revenue management è fondamentale perché consente di gestire risorse limitate, come il numero di camere disponibili, in un contesto in cui la domanda è molto variabile e influenzata da eventi locali, stagionalità e competizione. Il RM fornisce strumenti sofisticati per ottimizzare la vendita delle camere, bilanciando tra il mantenimento di un'occupazione elevata e la massimizzazione dei ricavi per unità disponibile, come misurato tramite indicatori importanti come il RevPAR e l'ADR.

Le prime applicazioni del RM nel settore alberghiero risalgono agli anni '80, quando catene di hotel di alto profilo iniziarono ad adottare tecniche sviluppate nell'industria aeronautica. Il RM ha subito una rapida evoluzione, diventando una pratica centrale per molte strutture ricettive con l'avvento dei Global Distribution Systems (GDS) e la diffusione delle prenotazioni online. Inizialmente, l'attenzione era principalmente sul controllo dei prezzi in base alla disponibilità delle camere e alla stagione. Tuttavia, le strategie di RM si sono evolute verso un approccio

più sofisticato e proattivo con l'introduzione di sistemi tecnologici e software di gestione dei dati più avanzati (Guadix, Cortés, Onieva e Muñuzuri, 2010).

Il RM nei moderni hotel include non solo la gestione dinamica dei prezzi, ma anche la distribuzione multicanale delle tariffe e l'ottimizzazione della capacità attraverso l'overbooking strategico. In questi giorni, gli albergatori possono prevedere con maggiore precisione la domanda e adattare le loro offerte in tempo reale, massimizzando così i loro ricavi, anche quando c'è tanta concorrenza.

La gestione dei ricavi è ora una pratica essenziale per migliorare la redditività, la flessibilità operativa e la competitività degli hotel sul mercato globale. Non è più solo uno strumento per la gestione dei prezzi.

Nel settore alberghiero, la gestione dinamica dei prezzi è uno dei pilastri del management delle entrate (RM). Utilizza dati in tempo reale e analisi predittive per modificare le tariffe delle camere per ottimizzare i ricavi. Gli hotel possono massimizzare i loro profitti vendendo camere a prezzi che riflettono il valore percepito dai clienti in diversi mercati grazie a questa strategia.

Le tariffe delle camere non sono stabili, ma variano in base a vari fattori come: la concorrenza, gli eventi locali, la domanda dei consumatori e la stagionalità. Le strutture possono aumentare i prezzi per soddisfare la domanda in periodi di alta domanda, come durante eventi significativi o feste. Invece, durante periodi di bassa domanda, vengono applicate riduzioni di prezzo per attirare più clienti e aumentare l'occupazione (Ellero, 2023).

Questa tipologia di pricing dinamico si basa su previsioni accurate della domanda fatte utilizzando dati storici, tendenze stagionali e analisi del comportamento dei consumatori. Il sistema assicura che le camere siano vendute al miglior prezzo possibile senza compromettere il tasso di occupazione, sfruttando al massimo la capacità disponibile.

L'adattamento delle strategie di vendita in funzione delle variazioni stagionali della domanda è un componente essenziale del RM. Durante l'alta stagione (come l'estate o le festività), le strutture alberghiere aumentano i prezzi e diminuiscono durante la bassa stagione. Questa strategia è fondamentale per mantenere la struttura competitiva e redditizia tutto l'anno. Ad esempio, un hotel in una località turistica è in grado di aumentare le tariffe durante i mesi

di luglio e agosto, quando c'è una forte domanda, e può offrire sconti significativi durante l'inverno per attirare turisti fuori stagione.

Non è possibile gestire i prezzi in modo dinamico senza l'uso di strumenti tecnologici sofisticati. I più importanti sono i GDS, che consentono agli hotel di utilizzare più canali di vendita per distribuire le loro tariffe, mantenendo una visione unificata dei prezzi applicati. Inoltre, le condizioni di mercato vengono costantemente monitorate e suggerite modifiche alle tariffe in tempo reale dal software di Revenue Management (RMS), come *IDeaS* o *Duetto* (Talón-Ballester, Nieto-García e González-Serrano, 2022). Queste applicazioni possono analizzare dati complessi come previsioni meteorologiche, tariffe della concorrenza e tassi di occupazione e fornire raccomandazioni basate su algoritmi sofisticati. I prezzi possono essere aggiornati automaticamente su tutti i canali di vendita grazie al sistema RMS, che garantisce che le tariffe siano sempre ottimizzate in base alle condizioni del mercato.

La capacità di prevedere con precisione la domanda turistica per massimizzare l'efficienza operativa e ottimizzare le tariffe è un aspetto fondamentale del RM. La previsione accurata della domanda consente alle strutture ricettive di modificare le loro strategie di pricing per cogliere nuove opportunità di guadagno, gestire meglio la capacità disponibile e aumentare la redditività.

Nel settore alberghiero, la previsione della domanda si basa su tecniche qualitative e quantitative che esaminano una totalità di variabili interne ed esterne per prevedere picchi e cali della domanda.

Quando e come modificare le tariffe delle camere, questi modelli di previsione sono essenziali per ottimizzare i profitti durante i periodi di alta domanda e ridurre al minimo le perdite durante i periodi di bassa domanda. Ad esempio, le previsioni accurate possono consentire di aumentare i prezzi in vista di eventi locali o festività che attirerebbero turisti.

L'analisi dei dati storici è tra le risorse più utili per la previsione. Il passato della domanda fornisce un quadro utile per prevedere il futuro andamento di essa. Gli hotel possono calibrare le loro strategie di pricing con maggiore precisione analizzando dati come le condizioni di mercato, l'occupazione delle camere e le tariffe medie applicate in periodi simili. Inoltre, la gestione delle entrate utilizza i dati storici per identificare picchi della domanda frequenti, come durante eventi stagionali o festività. L'utilizzo dei dati storici non solo aiuta nelle

decisioni sul prezzo, ma riduce anche il rischio di sottostimare o sovrastimare la domanda, il che significa una gestione più efficiente delle risorse disponibili (Aziz, Saleh, Rasmy e ElShishiny, 2011):

La segmentazione della clientela è un altro fattore importante nella previsione e nell'analisi della domanda. Il mercato alberghiero non è uniformemente organizzato: gli acquirenti *business*, le famiglie, i turisti *leisure* e i gruppi organizzati, sono tutti segmenti che hanno esigenze e comportamenti di acquisto diversi. Ciascun segmento ha una propensione a pagare variabile e reagisce alle variazioni di prezzo in modo diverso.

Gli hotel possono modificare le loro tariffe per soddisfare le preferenze di ogni segmento utilizzando la segmentazione della clientela. Ad esempio: i viaggiatori business, che richiedono flessibilità e spesso prenotano all'ultimo minuto, sono disposti a pagare tariffe più alte rispetto ai turisti di vacanza, che spesso prenotano con largo anticipo e sono più sensibili al prezzo. Gli albergatori possono utilizzare la segmentazione per utilizzare queste differenze per implementare una strategia di prezzi differenziati e ottimizzare il profitto per ciascun segmento.

Pertanto, la corretta segmentazione e la previsione accurata della domanda sono due componenti interconnessi che consentono l'attuazione di una strategia di gestione delle entrate che massimizza le entrate e garantisce che le capacità siano utilizzate al meglio (Melnyk e Barna, 2022).

Nel settore alberghiero, la gestione della capacità è una parte importante della gestione dei ricavi, poiché le camere invendute rappresentano una perdita di ricavi che non può essere recuperata. Pertanto, gli hotel devono adottare piani efficaci per ottimizzare l'occupazione, gestire l'overbooking e differenziare la propria offerta tra periodi di alta e bassa stagione.

L'ottimizzazione dell'occupazione delle camere significa occupare il maggior numero possibile di stanze senza abbassare le tariffe. Questa strategia richiede una gestione equilibrata tra l'offerta di prezzi competitivi durante i periodi di bassa domanda e la massimizzazione dei ricavi durante i picchi di domanda.

Gli hotel possono monitorare continuamente le loro performance e adottare le misure necessarie per aumentare il tasso di occupazione, soprattutto durante i periodi di minore affluenza, utilizzando metriche come l'Occupancy Rate e il RevPAR (Sierag, 2017).

L'overbooking, ovvero la vendita di più camere rispetto alla disponibilità reale, è una pratica comune nel RM alberghiero per migliorare l'efficienza delle capacità. La base di questa strategia è l'analisi dei tassi storici di cancellazione e *no-show* (prenotazioni non confermate), che consentono agli hotel di compensare le camere che rimarrebbero vuote a causa di queste circostanze impreviste (Maneesophon e Phumchusri, 2013).

Sebbene l'overbooking possa aumentare l'efficienza e generare più lavoro, comporta anche rischi. L'hotel deve fornire alternative, come trasferimento in altre strutture vicine o upgrade gratuiti, se il numero di ospiti previsto supera il numero di camere disponibili. Se non gestite correttamente, queste soluzioni possono compromettere la soddisfazione dei clienti e la reputazione della struttura.

Gli hotel devono gestire periodi di alta e bassa domanda; quindi, è importante controllare le variazioni della domanda in base alla stagione. Quando la domanda è più alta, come durante l'estate o le vacanze, le aziende possono applicare tariffe maggiori per sfruttare al meglio la loro capacità. Al contrario, la domanda diminuisce drasticamente durante la bassa stagione, il che significa che le tariffe devono essere ridotte per attirare nuovi clienti (Necci, 2024).

Nei periodi di bassa stagione, gli hotel spesso offrono prezzi flessibili e promozioni mirate per ottenere camere. Ad esempio, possono offrire pacchetti scontati, sconti su servizi aggiuntivi come spa o cene, o incentivi per prenotazioni anticipate. L'obiettivo è ridurre le perdite durante i periodi di bassa domanda mantenendo il tasso di occupazione il più alto possibile senza compromettere la redditività.

Visibilità e canali di vendita

Una delle leve strategiche più importanti nel settore del RM è la gestione dei canali di vendita per aumentare la visibilità e le prenotazioni di una struttura ricettiva. Gli hotel contemporanei utilizzano una combinazione di canali diretti e indiretti per distribuire le proprie camere. Questo consente loro di mantenere bassi i costi di distribuzione e aumentare il tasso di occupazione. Gli hotel possono controllare meglio le tariffe e le promozioni utilizzando canali diretti, come siti web, app mobili e prenotazioni telefoniche, perché non devono pagare intermediari. Inoltre, questo tipo di canale consente di stabilire una relazione diretta, appunto, con il consumatore, facilitando la fidelizzazione attraverso programmi di fedeltà e

offerte personalizzate. Incentivare le prenotazioni dirette è spesso un metodo vantaggioso per ridurre i costi di distribuzione e aumentare i margini di profitto (Bigne, Nicolau e William, 2021), secondo il modello di RM.

D'altra parte, i canali indiretti, come le Online Travel Agencies (OTA) come Booking.com ed Expedia, raggiungono clienti che potrebbero non cercare direttamente l'hotel, offrendo una visibilità più ampia a livello globale. Gli hotel, in particolare le strutture medio-piccole che non hanno la forza di marketing necessaria per attrarre grandi volumi di traffico online, hanno visto le OTA come un canale essenziale. Tuttavia, le OTA richiedono commissioni che possono andare dal quindici per cento al trenta per cento del prezzo di vendita, il che riduce i margini di profitto degli hotel.

La differenza tra le tariffe pubblicate sui canali indiretti e le tariffe dirette è una delle sfide più importanti nella gestione dei canali di vendita. Gli hotel tendono a offrire tariffe leggermente inferiori sui canali diretti per incoraggiare i clienti a prenotare direttamente, evitando così le elevate tariffe imposte dalle organizzazioni viaggiatrici (OTA). Tuttavia, è necessario bilanciare questa pratica con la necessità di mantenere una relazione positiva con le OTA, che spesso possono produrre un numero elevato di prenotazioni.

Molti hotel, in particolare in destinazioni turistiche altamente concorrenziali, hanno le commissioni richieste dalle OTA come uno dei principali costi operativi. Per questo motivo, la gestione accurata delle tariffe sui vari canali è fondamentale per massimizzare i profitti riducendo al contempo la dipendenza dalle piattaforme terze.

Il concetto di parità tariffaria è fondamentale per la gestione dei canali di vendita. Secondo questo principio, le tariffe dell'hotel devono essere coerenti su tutti i canali disponibili, come siti web, OTA e agenzie di viaggio, ecc. Molti OTA richiedono ai partner di rispettare la parità delle tariffe, che significa che non dovrebbero offrire tariffe inferiori su altri canali rispetto a quelle disponibili sulle loro piattaforme.

La parità tariffaria garantisce trasparenza e coerenza per i clienti, ma può anche impedire agli hotel di regolare i prezzi per attirare più prenotazioni sui loro canali diretti. Alcuni hotel hanno iniziato a trovare modi alternativi per evitare la parità delle tariffe, fornendo vantaggi come colazioni gratuite, upgrade di camere o sconti per chi prenota direttamente, mantenendo tuttavia le stesse tariffe di base per tutti i canali (Doan, 2013).

Per garantire l'ottimizzazione delle prestazioni finanziarie di una struttura alberghiera, il management delle entrate richiede un monitoraggio costante di indicatori importanti. Il RevPAR (Revenue per Available Room), l'ADR (Average Daily Rate) e il Tasso di Occupazione sono i più rilevanti di questi. Gli hotel possono utilizzare questi indicatori per prendere decisioni strategiche sulla gestione tariffaria quotidiana e fornire una visione integrata delle performance operative.

Uno degli indicatori più significativi nel settore alberghiero è il RevPAR, che viene calcolato combinando il prezzo di vendita e il tasso di occupazione per determinare il ricavo generato per ogni camera disponibile.

Gli albergatori possono monitorare costantemente il RevPAR per valutare l'efficacia delle vendite di camere sia in termini di prezzo che di occupazione. Il basso RevPAR può indicare un sottoutilizzo delle camere o una politica tariffaria troppo bassa. Tuttavia, un elevato RevPAR indica una gestione dei prezzi e dell'occupazione efficace.

Quando le tre metriche vengono monitorate insieme, gli albergatori ottengono una migliore comprensione delle performance operative e finanziarie; questo ha un impatto significativo sulle loro decisioni tariffarie quotidiane. L'hotel potrebbe considerare l'adozione di una politica di aumento dei prezzi per massimizzare i ricavi senza compromettere l'occupazione se il tasso di occupazione è elevato ma l'ADR è basso. Ma un RevPAR basso potrebbe indicare la necessità di ridurre le tariffe per aumentare la domanda e il tasso di occupazione.

L'analisi costante di RevPAR, ADR e tasso di occupazione garantisce che la gestione tariffaria sia sempre in linea con le condizioni di mercato, consentendo di adattare rapidamente le strategie ai cambiamenti della domanda.

Nel settore alberghiero, l'implementazione del Revenue Management (RM) ha avuto un impatto significativo sull'aumento dei ricavi e sul miglioramento dell'occupazione, in particolare negli hotel che hanno integrato questa strategia con successo.

Le grandi catene internazionali come Hilton e Marriott hanno integrato sofisticati sistemi di Revenue Management Software (RMS) nei loro processi operativi. Questi sono esempi eccellenti dell'implementazione efficace del Revenue Management. Queste aziende regolano i prezzi in tempo reale monitorando i dati storici e le tendenze del mercato.

Gli hotel di medie dimensioni hanno anche ottenuto grandi successi a livello locale. Gli studi di settore mostrano come gli hotel indipendenti abbiano migliorato il loro RevPAR e il tasso di occupazione utilizzando tecniche di RM personalizzate. Un caso di studio interessante è quello di un hotel a quattro stelle in una città turistica della Sardegna che ha aumentato i suoi ricavi del 15% in un solo anno utilizzando dati di domanda stagionale e segmentando la clientela (Viviani, 2019).

Per queste strutture alberghiere, l'implementazione del RM ha avuto molti risultati. Per cominciare, l'applicazione del pricing dinamico ha consentito l'adeguamento continuo delle tariffe alle variazioni della domanda, massimizzando così i ricavi durante i periodi di alta stagione e riducendo i tassi di occupazione in bassa stagione.

L'aumento del tasso di occupazione, reso possibile grazie all'ottimizzazione delle tariffe in base alla domanda prevista, è uno dei vantaggi principali delle strutture alberghiere. Ad esempio, l'introduzione delle strategie di RM può aumentare il tasso di occupazione durante la bassa stagione grazie alla gestione dinamica dei prezzi e alle offerte mirate ai segmenti di clientela più sensibili al prezzo (Viviani, 2019).

Gli hotel che hanno adottato con successo il RM hanno registrato un aumento medio del 10-20% in termini di RevPAR rispetto ai periodi precedenti all'implementazione di tali strategie.

Per concludere, risulta evidente come l'implementazione di strumenti tecnologici avanzati insieme all'implementazione del Revenue management nelle aziende alberghiere abbia un effetto diretto e misurabile sul miglioramento delle prestazioni finanziarie e operative. Il RM è una delle leve più efficaci per garantire la crescita e la sostenibilità economica nel lungo termine, come dimostrano l'aumento del tasso di occupazione e del RevPAR, nonché una migliore gestione delle risorse.

Sembra che una delle strategie più efficaci per migliorare le performance operative e finanziarie nel settore alberghiero sia il revenue management. L'utilizzo di strumenti avanzati per l'analisi della domanda, il monitoraggio di metriche importanti come RevPAR, ADR e *Occupational Rate* e l'adozione di tecniche di pricing differenziate che consentono di adattare continuamente le tariffe alle condizioni del mercato sono i vantaggi più evidenti.

Con questi presupposti, il RM può aumentare i profitti a breve termine e garantire una crescita duratura nel lungo periodo, fornendo agli hotel la flessibilità necessaria per adattarsi

rapidamente ai cambiamenti della domanda e alle dinamiche del mercato globale. Nel paragrafo seguente verranno esaminate le strategie di gestione delle entrate adottate dalle strutture ricettive in Niger, con particolare attenzione a come queste tecniche possano essere adattate al contesto locale, che presenta sfide uniche ma anche grandi opportunità di crescita nel settore turistico in espansione.

3.3. Strategie adottate dalle strutture ricettive nigerine

Le caratteristiche geografiche, socioeconomiche e politiche nigerine influenzano il settore alberghiero. Sebbene il turismo in Niger abbia molte possibilità grazie alle sue bellezze culturali e paesaggistiche, ci sono alcune complessità da superare. Tra queste, l'instabilità politica, soprattutto nel nord del paese, e i problemi di sicurezza che scoraggiano molti turisti stranieri. Infatti, le ribellioni e i conflitti locali hanno reso più difficile accedere ad alcune aree turistiche, riducendo la domanda turistica e danneggiando le strutture alberghiere della regione (Gafarou, 2020).

In questo contesto, gli hotel e le strutture ricettive locali devono affrontare un caso difficile ma necessaria per implementare efficacemente la gestione dei ricavi. Il RM, che consente la segmentazione della clientela e la gestione dei prezzi dinamici, deve essere modificato per soddisfare una domanda fortemente variabile e spesso imprevedibile. Il mercato nigerino richiede strategie flessibili che tengano conto di fattori esterni come la sicurezza e la stagionalità estrema. Ciò è diverso dai mercati più stabili, dove il RM può utilizzare modelli tradizionali che si basano su previsioni storiche e stagionali.

Nonostante i vari impedimenti, ci sono anche opportunità importanti. Il potenziale turistico del Niger risiede nella sua cultura e nella bellezza naturale.

Le strutture ricettive possono sfruttare queste risorse utilizzando strategie di RM che mirano a segmentare in modo preciso il mercato, diversificare l'offerta e modificare i prezzi in base alla domanda stagionale e all'arrivo dei turisti.

Le strutture alberghiere possono anche ottimizzare le tariffe, ridurre gli effetti delle cancellazioni e migliorare l'efficienza operativa utilizzando strumenti tecnologici di RM come software di monitoraggio della domanda avanzato. Tuttavia, ci sono ancora molte persone

che non utilizzano ancora questi strumenti, soprattutto nelle piccole organizzazioni ove non esistono le risorse necessarie per utilizzare soluzioni tecnologiche sofisticate (Rogerson e Rogerson 2021).

L'applicazione efficace del Revenue Management (RM) nel mercato nigerino richiede un approccio fortemente personalizzato che sia in grado di adattarsi alle specifiche condizioni della nazione. Il Niger ha caratteristiche che impongono una gestione flessibile e adattabile delle tariffe e delle risorse alberghiere, a differenza di mercati più stabili e regolari. Il pricing dinamico e la segmentazione della clientela sono metodi tradizionali di RM che devono essere modificati per affrontare problemi specifici come l'instabilità politica, la variabilità della domanda e le limitazioni infrastrutturali in molte aree della nazione.

La personalizzazione delle tecniche di gestione delle tariffe è un componente chiave nell'adattare le strategie di RM al contesto nigerino. Gli hotel in Niger devono affrontare una domanda turistica estremamente variabile causata sia da cambiamenti stagionali che da eventi politici e di sicurezza, che rendono il mercato meno stabile rispetto ad altre aree. Gli strumenti di forecasting utilizzati per prevedere la domanda e fissare i prezzi in questo contesto devono essere costantemente aggiornati e flessibili.

Ad esempio, le strutture alberghiere possono utilizzare strategie di pricing dinamico, aumentando i prezzi per massimizzare i profitti, ma devono anche essere pronte a ridurre drasticamente le tariffe nei periodi di bassa domanda, magari offrendo pacchetti promozionali per attirare più clienti. L'integrazione del RM con la segmentazione della clientela locale e internazionale consente di differenziare le tariffe in base alla propensione al rischio e al tipo di esperienza che i turisti cercano.

L'integrazione con le risorse e le esigenze specifiche delle strutture locali è un altro fattore cruciale nell'adattamento delle pratiche di RM. Molte strutture alberghiere in Niger, soprattutto quelle di piccole e medie dimensioni, non hanno le risorse tecnologiche e finanziarie necessarie per implementare il software di RM sofisticato (Rogerson e Rogerson, 2021). Per monitorare la domanda e gestire le tariffe in tempo reale, le tecniche di RM devono essere adattate in modo semplice e accessibile.

Inoltre, le strutture ricettive nigerine devono affrontare la mancanza di infrastrutture e servizi essenziali. Ciò influisce sull'operatività quotidiana e sulla percezione del valore da parte dei

clienti. In questo caso, le pratiche RM devono tenere conto di queste limitazioni per garantire che i prezzi riflettano la qualità dei servizi offerti e la situazione economica locale. Ad esempio, gli hotel situati in aree turistiche remote potrebbero dover compensare la mancanza di infrastrutture con offerte speciali che valorizzino l'esperienza culturale e naturalistica unica della regione.

Quindi, l'adattamento delle strategie di gestione delle entrate nel Niger richiede una combinazione di praticità e flessibilità, prestando particolare attenzione alle risorse limitate delle strutture locali e alla variabilità della domanda turistica. L'adozione di pratiche di RM adatte ai requisiti del mercato può aumentare notevolmente l'efficienza operativa e i profitti delle strutture ricettive, garantendo una gestione sostenibile nel lungo termine.

Nella gestione dei ricavi, la segmentazione del mercato è essenziale per massimizzare i ricavi e gestire le tariffe al meglio. La segmentazione della clientela nel Niger è particolarmente importante a causa della varietà dei segmenti di mercato presenti, che includono viaggiatori d'affari, turisti stranieri e un numero crescente di turisti locali interessati alle bellezze naturali e culturali della loro nazione (Gafarou, 2020).

Anche se il turismo in Niger dipende da fattori come la politica instabile e la situazione di insicurezza, il segmento dei turisti stranieri costituisce una parte significativa del settore. I visitatori stranieri sono spesso attratti dalle attrazioni uniche della nazione e sono generalmente disposti a pagare maggiormente per esperienze autentiche e servizi di alta qualità. Tuttavia, la loro sensibilità al prezzo può variare in base alla loro provenienza e al livello di servizio.

Sebbene il segmento dei viaggiatori d'affari sia relativamente piccolo, gioca un ruolo significativo nell'industria alberghiera del Niger, in particolare nelle grandi città come Niamey. Questo segmento è meno sensibile al prezzo rispetto ai turisti *leisure* perché le spese di viaggio sono spesso coperte dalle loro aziende o organizzazioni. Gli hotel possono quindi applicare prezzi più alti per questo settore se offrono sale riunioni, connessione Wi-Fi ad alta velocità e servizi di trasporto.

Con la crescente consapevolezza del valore del turismo locale, i visitatori locali stanno diventando un segmento di mercato importante. In genere, questo gruppo è preoccupato per i prezzi e cerca pacchetti e offerte promozionali che dispongano di un buon rapporto qualità-

prezzo. Gli hotel possono attirare questo pubblico offrendo prezzi speciali durante la bassa stagione e offrire esperienze naturali e culturali a prezzi ragionevoli.

Nella gestione dei ricavi, la segmentazione del mercato è un componente fondamentale. Gli hotel possono adattare efficacemente le loro strategie di prezzo, ottimizzando i profitti e migliorando la soddisfazione degli ospiti comprendendo a fondo le esigenze e le aspettative di ciascun segmento di clientela.

La gestione della capacità negli hotel nigerini implica un'attenta pianificazione delle tariffe e delle offerte in base alla domanda. Gli albergatori devono prevedere la domanda e modificare le tariffe basandosi sui dati storici, sulle tendenze stagionali e sugli eventi locali. Ad esempio, gli hotel possono aumentare i prezzi per sfruttare la maggiore domanda durante i periodi di alta stagione turistica, come le festività o gli eventi culturali. Invece, durante la stagione invernale, possono offrire sconti e pacchetti promozionali per attirare più clienti e ridurre il numero di camere libere (Ministero dell'Ambiente, della Salubrità Urbana e dello Sviluppo Sostenibile del Niger, 2020).

La gestione delle entrate è fondamentale, specialmente nel settore alberghiero nigerino, dove la domanda turistica è estremamente variabile. L'ottimizzazione della capacità e l'uso dell'overbooking diventano strumenti essenziali in questo contesto per massimizzare i profitti e mantenere un elevato tasso di occupazione.

Tuttavia, l'overbooking deve essere gestito con molta cura per evitare di compromettere la soddisfazione dei clienti e la reputazione dell'hotel. L'hotel deve essere pronto a fornire alternative ai clienti per mantenere il servizio e la fedeltà ai clienti, come trasferimento in strutture vicine di pari categoria o upgrade gratuito a camere di livello superiore. Gli hotel in Niger devono anche tenere conto dell'impatto dell'overbooking sul servizio da parte dei clienti internazionali, che potrebbero essere meno tolleranti rispetto ai turisti locali. Sebbene una gestione efficace dell'overbooking possa aumentare l'efficienza operativa e aumentare i profitti, richiede un attento equilibrio tra il rischio e la soddisfazione del cliente.

Una strategia importante di gestione dei ricavi nell'industria alberghiera del Niger è il pricing dinamico, che viene utilizzata per massimizzare i profitti e adattarsi alle variazioni nella domanda turistica. Gli hotel in Niger devono affrontare una domanda variabile particolarmente soggetta a fattori come la stagionalità, gli eventi locali e fattori esterni come

la politica instabile e la sicurezza. Di conseguenza, il pricing dinamico si rivela uno strumento essenziale per modificare rapidamente e in modo flessibile le tariffe, ottimizzando contemporaneamente l'occupazione delle camere e il fatturato.

Gli hotel nel Niger possono modificare i prezzi in base alla domanda in tempo reale utilizzando l'applicazione di pricing dinamico. La modulazione dei prezzi durante eventi Tuareg tradizionali o festival culturali nel deserto del Sahara attirano un pubblico specifico interessato a esperienze uniche. Gli hotel possono applicare tariffe più elevate in questi periodi a causa del valore percepito dell'esperienza. Inoltre, possono offrire ai turisti pacchetti che includono attività locali per aumentare il valore. Questa strategia non solo aumenta i guadagni durante i periodi di picco, ma migliora anche il rapporto qualità-prezzo per i consumatori (UNESCO, 2020).

Gli hotel in Niger devono essere particolarmente inventivi per mantenere un tasso di occupazione accettabile durante i periodi di bassa domanda. Quando la domanda è bassa, le promozioni e le offerte mirate possono attrarre più clienti. Per le prenotazioni anticipate, gli hotel possono offrire sconti unici, pacchetti promozionali o incentivi. Ad esempio, potrebbero offrire sconti per soggiorni più lunghi, includere servizi gratuiti come la colazione o il transfer dall'aeroporto, oppure offrire sconti per le prenotazioni online direttamente dall'hotel.

Inoltre, è possibile mirare le promozioni a particolari gruppi demografici. Ad esempio, gli hotel possono offrire pacchetti speciali durante i fine settimana o pacchetti famiglia economici per i visitatori locali, aumentando il turismo nazionale. I viaggiatori d'affari possono ottenere pacchetti business che includono servizi come sale riunioni e connessione a Internet ad alta velocità. Queste promozioni possono raggiungere un pubblico più ampio attraverso l'uso di canali di distribuzione online e delle Online Travel Agencies (OTA).

La gestione dei canali di vendita è una parte importante del revenue management (RM) per gli hotel perché determina in modo significativo come gli hotel possono raggiungere nuovi clienti e ottimizzare i loro guadagni. In Niger, la distribuzione delle camere avviene attraverso una combinazione di canali diretti e indiretti. Ognuno di questi canali ha i propri vantaggi e svantaggi.

I canali diretti, come i siti web degli hotel e le prenotazioni telefoniche, consentono alle strutture ricettive di evitare di pagare intermediari e avere il pieno controllo sulle tariffe e

sulle offerte. Le strutture ricettive che vogliono stabilire una relazione diretta con i propri clienti e offrire loro esperienze uniche e incentivi per prenotare direttamente, come sconti speciali o servizi extra gratuiti, troveranno questo metodo particolarmente vantaggioso (Fonti tradotte). Tuttavia, le strutture di piccole dimensioni in Niger, spesso con risorse limitate per il marketing digitale, potrebbero incontrare un'incognita con l'efficacia dei canali diretti che dipende fortemente dalla visibilità online dell'hotel e dalla capacità di attrarre traffico al proprio sito web.

Gli hotel possono accedere direttamente a un vasto pubblico globale attraverso canali indiretti come le online travel agencies (OTA), come Booking.com ed Expedia. Soprattutto per gli hotel che cercano di raggiungere clienti internazionali, le OTA sono diventate un importante mezzo di distribuzione. Sebbene questi canali aiutino le prenotazioni e promuovano le strutture in tutto il mondo, richiedono commissioni che possono avere un impatto significativo sui profitti degli hotel.

Mantenere la parità delle tariffe e gestire le commissioni OTA sono alcuni dei problemi più difficili che incontra la gestione dei canali di vendita. Gli hotel sono tenuti a mantenere tariffe coerenti su tutti i canali di distribuzione per evitare conflitti con le OTA e mantenere un'immagine trasparente e affidabile grazie alla parità delle tariffe. Tuttavia, per incentivare le prenotazioni senza commissioni, l'hotel non può offrire tariffe scontate sui canali diretti.

Gli hotel nigerini stanno affrontando una serie di problematiche, in particolare le strutture più piccole con margini di profitto più ristretti a causa delle commissioni richieste dalle OTA, che possono andare dal 15% al 30% del prezzo della camera. Gli hotel bilanciano attentamente la distribuzione delle camere tra i canali diretti e indiretti utilizzando strategie di RM per guadagnare di più e ridurre i costi associati alle commissioni (Bourrie, Sankar e Jones-Farme, 2015).

La necessità di mantenere aggiornata l'infrastruttura tecnologica per gestire efficacemente le prenotazioni su più canali è un'altra incertezza. Molti hotel nel Niger potrebbero non avere le risorse o le conoscenze necessarie per installare sistemi di gestione dei canali sofisticati, che consentono di aggiornare le tariffe e la disponibilità su tutti i canali in tempo reale. Questa mancanza di integrazione può causare overbooking o incoerenze tariffarie, danneggiando la reputazione dell'hotel e la soddisfazione dei clienti.

La gestione efficace dei canali di vendita è fondamentale per gli hotel nigerini che cercano di massimizzare i loro profitti e raggiungere una clientela più ampia. Sebbene i canali indiretti forniscano un accesso più facile e una visibilità maggiore ai mercati internazionali, la dipendenza dalle OTA comporta costi aggiuntivi che devono essere presi in considerazione. L'utilizzo strategico dei canali diretti in combinazione con una gestione adeguata delle tariffe e delle promozioni può aiutare gli hotel a ridurre le commissioni e a mantenere una relazione più diretta con i clienti.

Attraverso l'implementazione di tecniche di RM più avanzate, il settore alberghiero del Niger ha la possibilità di crescere e svilupparsi ulteriormente nel futuro. Le strutture ricettive possono migliorare l'efficienza operativa, ottimizzare le tariffe in tempo reale e ridurre l'impatto delle commissioni OTA integrando strumenti tecnologici come i sistemi di gestione dei canali e i software di gestione delle entrate (RMS). Tuttavia, l'adozione di queste tecnologie richiede investimenti significativi e formazione del personale. Molte aziende, in particolare quelle di piccole dimensioni, potrebbero trovarlo quasi impossibile.

Inoltre, il Niger ha l'opportunità di espandersi nel suo mercato turistico di nicchia grazie all'aumento d'interesse per esperienze di viaggio più autentiche e sostenibili. Gli hotel possono sfruttare le risorse culturali e naturali uniche della nazione, come la cultura Tuareg e il deserto del Sahara, per creare pacchetti esperienziali che siano in grado di attirare un pubblico specifico disposto a pagare un prezzo premium per vivere questo tipo di esperienze. In questo contesto, le strategie di RM dovrebbero cambiare per incorporare componenti di sostenibilità e marketing esperienziale, adattando le offerte a una clientela sempre più attenta e informata.

Per concludere, la gestione delle entrate è una leva strategica essenziale per il successo e il mantenimento del settore alberghiero nel Niger. Sebbene il contesto locale presenti problematiche probabilmente uniche, l'utilizzo di metodi di RM flessibili e innovativi in combinazione con un uso strategico della tecnologia e una maggiore attenzione alle esperienze di viaggio autentiche, può aumentare significativamente i profitti e migliorare la competitività delle strutture ricettive nel mercato globale.

4. DIFFERENZA TRA STRUTTURE RICETTIVE LOCALI E INTERNAZIONALI IN NIGER

4.1. *Caratteristiche delle strutture ricettive locali*

Le strutture ricettive locali in Niger sono una parte importante del settore turistico perché sono generalmente gestite a livello nazionale o da imprenditori locali. Queste aziende si distinguono dalle grandi catene globali per la loro capacità di adattarsi alle specifiche circostanze. La capacità di personalizzare i servizi offerti consente una maggiore adattabilità alle richieste dei clienti e alle circostanze locali, che è il segno più evidente della flessibilità organizzativa.

Le strutture ricettive locali utilizzano spesso metodi di gestione non standardizzati, il che consente loro di adattarsi rapidamente alle variazioni del mercato e alle esigenze dei turisti che cambiano in base alla domanda e alla stagione. L'orientamento alla personalizzazione include non solo i servizi offerti, ma anche l'esperienza complessiva del soggiorno, che tende a valorizzare l'autenticità culturale e le tradizioni locali. Questo metodo aiuta a distinguere le strutture locali dalle catene alberghiere globali, fornendo ai visitatori un'esperienza più radicata e più personale nel contesto socioculturale nigerino (Rogerson, 2017).

Le strutture ricettive locali, gestite principalmente da imprenditori locali, non solo forniscono servizi di ospitalità, ma fungono anche da importante mezzo per promuovere e preservare le tradizioni locali e sostenere lo sviluppo economico delle comunità.

Le strutture ricettive locali in Niger sono suddivise in diverse categorie, e ognuna di queste riflette le caratteristiche e le richieste uniche del contesto locale. Le pensioni e i Bed & Breakfast, gli eco-lodge e i campeggi o villaggi turistici sono tra i principali esempi.

Una delle forme più comuni di ospitalità sono le pensioni e i Bed & Breakfast. Queste strutture sono spesso gestite da famiglie e offrono servizi essenziali in un ambiente amichevole e informale. La gestione familiare consente all'ospite di sentirsi maggiormente a contatto con la cultura e le tradizioni locali. Queste pensioni tendono a concentrarsi su servizi di base

piuttosto che di lusso, a differenza delle strutture alberghiere internazionali, rendendole una scelta economica e accessibile per i viaggiatori che desiderano esplorare il paese in modo autentico.

Un'altra categoria importante sono gli eco-lodge, che sono strutture integrate nel contesto naturale, spesso situate in zone di pregio ambientale. Gli eco-lodge promuovono un turismo responsabile e sostenibile preservando l'ecosistema e minimizzando gli effetti negativi. Queste strutture attirano turisti che sono sensibili alla sostenibilità e offrono loro esperienze che valorizzano il patrimonio naturale e culturale della zona. Gli elementi chiave di queste strutture sono: l'utilizzo di materiali ecocompatibili, l'attenzione all'uso delle risorse energetiche e il coinvolgimento delle comunità locali nella gestione (Jones e Lockwood, 2004).

Infine, i campeggi e i villaggi turistici sono ideali per coloro che cercano avventura e contatto diretto con la natura perché sono spesso situati vicino a riserve naturali o parchi nazionali. Sebbene queste strutture offrano sistemazioni più minimali, sono posizionate in modo strategico per accedere a percorsi escursionistici, safari e attività all'aperto. I campeggi e i villaggi turistici sono una soluzione particolarmente attrattiva per gli ecoturisti e per coloro che vogliono vivere un'esperienza immersiva nell'ambiente naturale, approfittando delle numerose opportunità offerte dal paesaggio nigerino.

Le strutture ricettive locali in Niger si distinguono dalle strutture internazionali per alcuni aspetti. La loro maggiore accessibilità finanziaria è una delle caratteristiche più notevoli. In genere, queste strutture sono preferite da viaggiatori con budget limitati o da coloro che cercano un'esperienza meno costosa e autentica. Le strutture locali possono attirare turisti che vogliono visitare la destinazione con un basso dispendio economico.

I servizi offerti, che sono essenziali e spesso meno costosi di quelli offerti nelle strutture internazionali di lusso, sono un altro tratto distintivo. Invece di concentrarsi sul lusso, l'enfasi è sul fornire ai visitatori un'esperienza genuina in cui possono entrare in contatto diretto con la cultura e le tradizioni locali. Il risultato è un'offerta di servizi che pone l'esperienza soggettiva culturale al di sopra della comodità o del comfort delle catene globali. Ad esempio, molti ospiti hanno la possibilità di partecipare alle attività quotidiane delle comunità locali, dando loro la possibilità di integrarsi nella cultura nigerina durante il loro soggiorno. L'attenzione all'autenticità e alla sostenibilità è, infine, una delle principali caratteristiche che

distinguono le strutture locali. Molte di queste sono costruite utilizzando materiali naturali tipici della regione, come legno o argilla, che rispettano l'ambiente e hanno un impatto minore sull'ambiente. Inoltre, a seguito delle tendenze globali per il turismo responsabile, la promozione di pratiche sostenibili è diventata più diffusa. Questa attenzione alla tradizione e alla sostenibilità migliora l'esperienza dei visitatori e preserva la cultura locale e l'ambiente (Novelli, Wageningen e Ribeiro, 2021).

Le strutture ricettive locali in Niger offrono una varietà di servizi personalizzati per soddisfare le esigenze dei clienti che cercano esperienze culturali e autentiche. Le strutture locali danno la priorità all'interazione diretta con la cultura e le tradizioni locali, a differenza delle catene alberghiere internazionali. Molte strutture offrono servizi come artigianato locale, cucina tradizionale e attività per interagire la cultura nigerina. Grazie a questa personalizzazione, i visitatori possono immergersi completamente nella cultura locale attraverso tour guidati per siti storici e villaggi artigianali o laboratori che consentono di imparare le tecniche tradizionali di lavorazione dei prodotti locali (Scholze, 2009).

Le attività che promuovono la conoscenza diretta della cultura locale sono, infatti un aspetto distintivo dell'offerta di queste strutture. I turisti possono partecipare a escursioni guidate che mostrano le caratteristiche culturali del Niger, come i mercati locali, i festival e le arti artigianali. Queste attività danno ai visitatori la possibilità di conoscere le tradizioni locali e interagire direttamente con le comunità, creando un legame più profondo tra l'ospite e la destinazione.

Sebbene le strutture ricettive locali possano fornire servizi più essenziali rispetto alle catene alberghiere internazionali, sono progettate per soddisfare le esigenze più specifiche dei visitatori. L'autenticità e la valorizzazione della cultura locale sono più importanti rispetto al lusso. Le strutture locali, infatti, differiscono dalle catene alberghiere internazionali che impongono standard uniformi in tutto il mondo, offrendo un ambiente più intimo e personalizzato.

I turisti che scelgono queste strutture apprezzano maggiormente l'immersione nella cultura locale, che li rende più contenti e formano un legame emotivo più forte con la destinazione (Backman e Munanura, 2017).

Un altro fattore cruciale per le strutture ricettive locali è la fedeltà dei clienti. L'offerta di esperienze autentiche e uniche crea un forte senso di appartenenza e coinvolgimento emotivo nel turista, che tende a ritornare o a raccomandare la struttura ad altri viaggiatori. Il turismo sostenibile ed esperienziale, dove i clienti sono disposti a tornare per rivivere esperienze simili o cercare nuove opportunità all'interno dello stesso contesto culturale, è particolarmente interessato a questo processo di fidelizzazione.

In particolare, nei paesi in via di sviluppo come il Niger, le strutture ricettive locali sono fondamentali per sostenere e promuovere l'economia locale. Queste strutture aiutano l'economia fornendo opportunità di lavoro. Una varietà di persone locali, come guide turistiche, artigiani, chef e altre persone che lavorano strettamente con i visitatori, trovano lavoro nel settore turistico, in particolare nel settore del turismo sostenibile e culturale. Un mercato per le competenze tradizionali e le attività commerciali legate alla cultura locale è creato dalla domanda di servizi personalizzati e di esperienze autentiche. Ad esempio, le strutture ricettive locali offrono un canale diretto per promuovere e vendere i loro servizi ad artigiani e guide che guidano i visitatori in percorsi naturali o culturali.

Oltre a creare posti di lavoro, le strutture ricettive locali sostengono l'economia locale utilizzando le risorse locali. Queste attività ricettive aiutano le economie rurali e urbane, dall'approvvigionamento di alimenti locali per la ristorazione all'utilizzo di materiali edili tradizionali per la costruzione e il mantenimento delle strutture. L'utilizzo della manodopera locale e delle risorse naturali riduce i costi operativi delle strutture e crea un ciclo virtuoso di sviluppo economico che mantiene la ricchezza nelle comunità. Questo metodo evita che i profitti dal turismo si concentrino esclusivamente nelle grandi catene alberghiere internazionali e promuove una distribuzione più equa dei profitti.

Molte di queste strutture collaborano con le comunità locali anche per promuovere la cultura e le tradizioni locali organizzando eventi culturali, festival e attività che attirano turisti da tutto il mondo. La collaborazione di questo tipo non solo aiuta a preservare e valorizzare il patrimonio culturale, ma crea anche un'identità turistica distintiva che rende il territorio più attrattivo per i turisti. Il turismo consente alle comunità locali di esprimere e condividere la propria cultura, promuovendo uno sviluppo sostenibile che tiene conto dell'ambiente e delle tradizioni locali (Goodwin, 2007).

Rispetto alle grandi catene alberghiere internazionali, le strutture ricettive locali applicano strategie di revenue management (RM) meno strutturate. Questa disparità è causata principalmente dalla mancanza di risorse e dalla mancanza di digitalizzazione avanzata. Tuttavia, le aziende locali hanno un vantaggio competitivo nella gestione dei prezzi perché possono adattarsi rapidamente alle variazioni della domanda. Le strutture locali hanno la libertà di modificare i prezzi in base a specifiche esigenze, come le preferenze dei vari segmenti di clientela o le stagioni, a differenza delle catene globali, dove le tariffe sono spesso standardizzate e uniformate.

L'adattamento delle tariffe in base alla domanda stagionale e alla tipologia di clientela è uno degli elementi fondamentali dell'approccio al RM nelle strutture locali. Per mantenere alti tassi di occupazione durante tutto l'anno, anche se il margine operativo è spesso più ridotto rispetto alle strutture internazionali, è necessaria questa flessibilità.

Nonostante questi vantaggi, le strutture ricettive locali continuano di applicare poco le strategie avanzate di RM. La capacità di analizzare i dati relativi alla domanda, all'occupazione e alle tendenze del mercato in tempo reale è limitata da un basso accesso a tecnologie avanzate e da una scarsa digitalizzazione. La scarsa capacità di accedere a piattaforme di distribuzione globale aggrava questo problema. Molte aziende non possono competere su scala globale. Tuttavia, con il crescente interesse per il turismo sostenibile e culturale, alcune di queste limitazioni possono essere superate attraverso la collaborazione con operatori turistici locali e l'adozione di soluzioni digitali personalizzate.

Le strutture ricettive locali hanno molti problemi che ne limitano la loro competitività, in particolare quando si confrontano con le catene alberghiere internazionali. Una delle principali problematiche è la mancanza di standardizzazione nei servizi offerti, che può causare un'esperienza del cliente estremamente indifferenziata. Le strutture locali spesso operano in modo più flessibile e meno regolamentato, con risultati che variano notevolmente da un hotel all'altro, a differenza delle grandi catene, che applicano standard globali uniformi. Questo può portare a servizi inadeguati, minando la soddisfazione del cliente e danneggiando la reputazione della struttura nel lungo termine. L'assenza di standardizzazione formale può persino scoraggiare i turisti stranieri, abituati a livelli di servizio standard.

L'accessibilità limitata e la promozione inefficace delle strutture locali sono altri problemi significativi. A causa della loro scarsa presenza online e della mancanza di finanziamenti per campagne di marketing, molti piccoli operatori hanno difficoltà a ottenere visibilità sul mercato globale. Questi operatori si trovano in una situazione difficile a causa dell'aumento dell'importanza delle piattaforme di prenotazione e delle recensioni dei clienti online (Buhalis, 2003). Hanno bisogno di risorse più ampie per competere con aziende internazionali con squadre specializzate in strategie digitali e gestione della visibilità. Inoltre, la scarsa promozione limita l'attrattiva di turisti stranieri, che spesso non vengono a conoscenza dell'esistenza di queste strutture. Di conseguenza, il loro margine di crescita è diminuito significativamente perché molte di loro si trovano costrette a fare affidamento principalmente sul turismo locale o sul passaparola informale.

Inoltre, le strutture ricettive locali non sono in grado di competere con i grandi operatori internazionali, che hanno budget più ampi per la pubblicità sui principali canali online, a causa delle limitate risorse dedicate al marketing digitale e alla promozione su larga scala. Questa disparità limita ancora di più la loro visibilità globale e la loro capacità di espandere il mercato, in particolare ora che i viaggiatori prenotano sempre più le loro vacanze online.

Anche se affrontano difficoltà significative, le strutture ricettive locali sono in una posizione vantaggiosa per cogliere nuove opportunità offerte dal mercato turistico globale. La crescente richiesta di turismo esperienziale e sostenibile offre una grande opportunità. Il numero di viaggiatori, in particolare quelli provenienti da mercati internazionali, sta diventando sempre più sensibile ai problemi ambientali e culturali. Cercano esperienze che vanno oltre il soggiorno tradizionale e consentono loro di entrare in contatto diretto con le comunità locali, contribuendo così allo sviluppo economico delle aree che visitano. Le strutture locali in Niger possono sfruttare questa tendenza fornendo esperienze autentiche e immersive che consentono ai visitatori di conoscere la cultura nigerina in modo profondo e rispettoso dell'ambiente. Il turismo sostenibile, che rispetta l'ambiente naturale e il patrimonio culturale, si allinea perfettamente con l'offerta delle strutture locali, che sono spesso integrate nelle aree rurali e hanno un forte legame con la sostenibilità e la tradizione (Spenceley, 2008). Inoltre, le strutture locali hanno la possibilità di collaborare con agenzie turistiche per migliorare la visibilità e aumentare la gamma di servizi che offrono. Queste partnership possono aiutare le aziende a superare i problemi che derivano dalla scarsa visibilità

internazionale e dalla scarsa capacità di promuoversi. Le strutture ricettive locali possono lavorare insieme a operatori turistici che già operano in tutto il mondo per aumentare la loro visibilità sui mercati stranieri, attirare un pubblico più ampio e competere in modo più efficiente con le grandi catene alberghiere.

Il potenziale di queste partnership va oltre il semplice vantaggio finanziario. Possono infatti contribuire a rafforzare il legame tra le strutture ricettive e il territorio, promuovendo uno sviluppo turistico sostenibile che rispetti l'ambiente e le tradizioni culturali locali, mentre allo stesso tempo forniscono un'attrattiva competitiva nel settore del turismo globale. Grazie a questo metodo, le strutture ricettive locali possono diventare più attraenti e più competitive, distinguendosi come luoghi di soggiorno responsabili e autentici.

4.2. *Caratteristiche delle strutture ricettive internazionali*

Le strutture ricettive internazionali si distinguono perché sono gestite da operatori internazionali o fanno parte di catene globali e offrono servizi uniformi. Queste strutture, che si trovano anche in paesi in via di sviluppo come il Niger, soddisfano standard operativi e di qualità globali. La standardizzazione dei servizi assicura una qualità uniforme e prevedibile per i clienti, indipendentemente dalla località, il che le distingue dalle strutture ricettive locali. Questa omologazione crea un'esperienza turistica che soddisfa le esigenze di comfort, sicurezza e lusso dei viaggiatori internazionali.

I servizi standardizzati delle catene alberghiere internazionali includono non solo la qualità delle camere e degli spazi comuni, ma anche la ristorazione, le aree per conferenze e riunioni, i centri benessere e altre comodità come il servizio in camera 24 ore su 24. La gestione di queste strutture è molto centralizzata e segue rigorosi protocolli operativi per garantire una qualità costante in tutto il mondo. Questo è particolarmente importante per i turisti internazionali, in particolare per i viaggiatori d'affari, che scelgono queste strutture per il servizio affidabile e per la conformità agli standard internazionali.

Le strutture ricettive internazionali svolgono un ruolo importante nel settore turistico del Niger, in particolare nelle grandi città come Niamey, dove gli hotel appartenenti a catene globali offrono un'ospitalità di alto livello per diplomatici, uomini d'affari e anche turisti. Nonostante queste strutture forniscano un contributo economico significativo, sono spesso

criticate per il loro impatto limitato sull'economia locale, perché coinvolgono meno le comunità locali e utilizzano meno risorse e manodopera locali (UNWTO, 2018).

Le strutture ricettive internazionali sono principalmente divise in due categorie: resort e villaggi turistici, e hotel di lusso. Le grandi catene internazionali come Radisson, Hilton e altre celebrità internazionali gestiscono entrambe le categorie e garantiscono elevati standard di comfort, qualità e servizio. Queste strutture sono state realizzate per soddisfare le esigenze di una clientela internazionale esigente, prestando particolare attenzione ai dettagli e ai servizi unici.

Gli hotel di lusso gestiti da catene globali, si concentrano sul fornire servizi di alto livello, carattere indubbiamente distintivo se messo a confronto con gli altri hotel del Paese.

Offrono servizi personalizzati come: concierge, spa di lusso, ristoranti gourmet e centri benessere, insieme a camere e suite dotate di comfort moderni e tecnologie avanzate. La maggior parte dei clienti che sceglie queste strutture, sono viaggiatori d'affari, diplomatici e turisti di fascia alta che cercano esperienze di soggiorno premium. Queste strutture si trovano principalmente nelle grandi città del Niger, come Niamey, la capitale, dove ci sono catene alberghiere di lusso a causa del flusso di turisti e imprenditori stranieri. Inoltre, questi hotel fungono da centro per conferenze e incontri d'affari internazionali, contribuendo allo sviluppo del settore MICE.

Il livello dei servizi offerti dalle strutture ricettive di lusso è fortemente orientato alla soddisfazione della clientela internazionale con l'obiettivo di mantenere standard globali. Ciò rende queste strutture particolarmente attrattive per i visitatori che cercano un soggiorno senza sorprese con comfort e qualità superiori. La presenza di hotel di lusso di livello mondiale in Niger migliora non solo l'infrastruttura turistica del paese, ma è anche un importante mezzo per catalizzare turisti e investimenti esteri (Christie, Fernandes, Messerli e Twining-Ward, 2004).

Le strutture ricettive internazionali modificano i loro standard di comfort e sicurezza per soddisfare i requisiti internazionali. La fiducia dei clienti internazionali, che si aspettano di trovare strutture ben attrezzate e sicure in qualsiasi parte del mondo, inclusi paesi in via di sviluppo come il Niger, dipende da questi standard.

Le strutture internazionali sono anche notevoli per la loro modernità e l'integrazione di tecnologie avanzate. Questi hotel utilizzano sistemi di prenotazione online che consentono ai clienti di accedere ai servizi in tempo reale da qualsiasi parte del mondo, rendendo l'esperienza del cliente più fluida e interattiva possibile. Inoltre, molte strutture offrono concierge digitali, che consentono agli ospiti di accedere a servizi personalizzati direttamente dai loro dispositivi mobili, migliorando la qualità del soggiorno e rendendo l'esperienza più facile e automatizzata (Christie, Fernandes, Messerli e Twining-Ward, 2004).

Un vantaggio significativo per queste strutture è l'integrazione di tecnologie per l'ottimizzazione del soggiorno, come la gestione automatica della climatizzazione, i check-in e check-out digitali e l'accesso alle camere tramite dispositivi mobili. Queste tecnologie garantiscono efficienza e comodità. In paesi come il Niger, l'adozione di queste tecnologie innovative e la fornitura di standard elevati sono fondamentali per competere con altre destinazioni più forti (Spenceley, 2008).

Le strutture ricettive internazionali, in particolare quelle che fanno parte di grandi catene globali, adottano modelli di gestione avanzati basati su una forte standardizzazione operativa e un'attenzione all'efficienza dei processi interni. Questi modelli garantiscono che la qualità del servizio, il comfort e la sicurezza siano uniformi in tutte le strutture, indipendentemente dalla località. L'organizzazione interna delle strutture mostra questa attenzione all'efficienza operativa, con processi progettati per massimizzare la produttività e ridurre gli sprechi.

L'applicazione di metodi sofisticati di gestione delle entrate è tra gli strumenti più significativi utilizzati nella gestione di queste strutture. Le catene globali utilizzano il RM analizzando i dati in tempo reale per aumentare la redditività delle strutture. Gli hotel possono monitorare costantemente la domanda del mercato, i prezzi della concorrenza e i tassi di occupazione utilizzando questi strumenti di analisi. Inoltre, consentono loro di regolare dinamicamente le tariffe delle camere al fine di massimizzare i loro profitti in base all'andamento della domanda. Le catene possono creare strategie di pricing che tengano conto dei dati storici, delle previsioni di mercato e del comportamento dei clienti utilizzando piattaforme di prim'ordine (Mauri, 2016).

L'adozione di queste pratiche di gestione avanzate da parte di aziende internazionali nel Niger ha migliorato l'efficienza delle operazioni alberghiere e reso le strutture più competitive

rispetto alle strutture locali, che spesso non hanno le stesse risorse gestionali e tecnologiche. Queste tecniche di gestione delle entrate sofisticate consentono agli hotel di mantenere prezzi competitivi durante le stagioni turistiche più importanti e di adattarsi rapidamente alle fluttuazioni del mercato.

La presenza di grandi catene alberghiere internazionali in città come Niamey garantisce servizi e infrastrutture adatti a soddisfare le esigenze di questi segmenti di mercato. I viaggiatori d'affari di tutto il mondo scelgono queste strutture per la loro affidabilità, i servizi orientati al business e la vicinanza a centri commerciali e diplomatici.

Il programma di membership è uno dei principali strumenti utilizzati dalle catene alberghiere internazionali per fidelizzare i propri clienti. I membri di questi programmi, come Marriott Bonvoy o Hilton Honors, hanno accesso a lounge VIP, servizi personalizzati, upgrade gratuiti delle camere e sconti su future prenotazioni. Questo metodo ha dimostrato di essere efficace per convincere i consumatori a tornare nelle strutture della stessa catena durante i loro viaggi, creando una base solida di clientela. Queste strategie di fidelizzazione sono perfette per il contesto locale del Niger, dove il turismo commerciale e diplomatico costituisce una parte significativa della domanda alberghiera del paese.

L'implementazione di promozioni specifiche per clienti di alto profilo e la fornitura di pacchetti che coprono tutto è un elemento importante delle strategie di marketing delle catene internazionali (Kapferer, Klippert e Leproux, 2014). Servizi speciali come trasferimenti privati, esperienze culinarie uniche, tour privati in attrazioni locali e accesso prioritario a eventi o conferenze possono essere inclusi in questi pacchetti. Le promozioni rafforzano la reputazione dell'hotel come destinazione ideale per coloro che cercano lusso e qualità, spesso rivolte a clienti abituali o nuovi membri del programma fedeltà. Queste offerte possono posizionare le strutture internazionali come scelte preferite per il turismo di fascia alta e le aziende in un mercato emergente come quello del Niger.

La ristorazione di alto livello, con ristoranti gourmet che offrono una cucina raffinata, spesso in grado di combinare piatti internazionali con ingredienti e sapori locali, è uno dei pilastri dell'offerta. Questo aspetto è particolarmente importante in luoghi come il Niger, dove le strutture alberghiere di livello mondiale fungono da punti di riferimento per i viaggiatori alla ricerca di un'esperienza culinaria di alto livello.

I centri benessere e le spa, che offrono ai clienti un'esperienza di lusso e relax, sono anch'essi un servizio importante. Questi hotel di lusso hanno spa che offrono trattamenti come massaggi, percorsi termali e cure estetiche. Sono progettati per clienti che cercano un'esperienza di benessere durante il soggiorno. Questo tipo di servizio è molto apprezzato dai turisti di lusso e dai viaggiatori d'affari che vogliono rilassarsi dopo giornate piene di incontri e conferenze (Spenceley, 2010).

Le strutture internazionali presenti in Niger offrono non solo servizi legati al benessere e alla ristorazione, ma offrono anche aree per riunioni aziendali e conferenze, tra cui sale conferenze all'avanguardia dotate di tecnologie avanzate per la gestione di eventi internazionali. In un paese come quello del Niger, che attira diplomatici, investitori stranieri e partecipanti a eventi internazionali grazie alla sua posizione strategica in Africa occidentale, queste strutture sono vitali (Liu e Wall, 2006).

Nel complesso, le strutture internazionali in Niger danno la priorità al lusso e alla qualità del servizio, con un'attenzione costante alla soddisfazione delle esigenze della clientela internazionale. Ogni aspetto del soggiorno viene curato nei minimi dettagli, dalla personalizzazione dei servizi alla capacità di soddisfare le esigenze dei clienti più esigenti. Le strutture offrono un'esperienza che si distingue per la combinazione di comfort, modernità e un'ampia gamma di servizi progettati per il benessere e la produttività dei propri ospiti.

Questo approccio flessibile è particolarmente utile in luoghi come il Niger, dove la domanda di turismo può variare notevolmente a seconda della stagione o di eventi locali e internazionali come conferenze o missioni diplomatiche (Rogerson e Visser, 2017).

Le catene alberghiere globali in Niger sono in grado di bilanciare la domanda con le tariffe utilizzando dati storici e analisi in tempo reale per massimizzare i profitti senza compromettere la soddisfazione del cliente. Utilizzando intelligenza artificiale e algoritmi sofisticati, questo processo viene ulteriormente migliorato perché le strategie di pricing vengono continuamente ottimizzate in risposta ai cambiamenti nel mercato.

Le strutture ricettive internazionali, grazie alla loro capacità di attirare turisti stranieri e aiutare ad aumentare il turismo di massa, svolgono un ruolo significativo nell'economia locale del Niger. Questo flusso di turisti ha un impatto significativo sull'economia locale perché aumenta la domanda di servizi correlati come ristoranti, trasporti e shopping.

Quando si tratta di strutture ricettive gestite localmente, tuttavia, le comunità locali spesso non sono coinvolte nelle operazioni quotidiane di queste strutture (Mitchell e Ashley, 2009). Le catene internazionali spesso utilizzano modelli operativi standardizzati e riducono la loro dipendenza dai prodotti e dai servizi locali. Ad esempio, le grandi catene alberghiere impiegano molti materiali e beni importati e il personale di gestione è spesso reclutato a livello internazionale. Ciò riduce l'utilizzo delle risorse locali e posti di lavoro per le comunità vicine. Poiché una parte significativa dei profitti tende a essere reinvestita al di fuori del Paese, lasciando meno benefici diretti alle comunità locali, questo porta a una minore integrazione con l'economia locale.

Inoltre, l'approccio internazionale, che mira principalmente a soddisfare una clientela globale, può impedire alle economie locali di crescere autonomamente e di trarre maggiori vantaggi dal turismo. Invece, le strutture gestite a livello locale contribuiscono più direttamente allo sviluppo delle comunità impiegando manodopera locale, utilizzando prodotti e materiali locali e promuovendo le tradizioni culturali e l'artigianato locali.

Pur essendo cruciali per lo sviluppo del settore turistico del Niger, le strutture ricettive internazionali incontrano alcune complicanze quando si tratta di attrarre una clientela variegata e di integrarsi con la cultura locale. Una delle principali riguarda i prezzi elevati di queste strutture, che potrebbero escludere i clienti con budget limitati. I viaggiatori con budget limitati, come i turisti locali o quelli che cercano una vacanza esperienziale e sostenibile, trovano spesso le tariffe troppo elevate per queste catene internazionali di lusso e di alto livello. Ciò limita l'accesso a una clientela più ampia, che potrebbe preferire alloggi gestiti localmente e meno costosi. Di conseguenza, le strutture internazionali rischiano di perdere una parte significativa del mercato dei viaggiatori che cercano esperienze più autentiche o hanno budget più contenuti se si concentrano sui turisti d'affari e di fascia alta. L'omologazione culturale è un altro ostacolo significativo. Pur garantendo qualità e affidabilità, questo approccio standardizzato può rovinare l'esperienza turistica, soprattutto per i visitatori che vogliono immergersi nella cultura locale. Le strutture internazionali potrebbero offrire esperienze troppo standardizzate e lontane dal contesto locale in Niger, dove le tradizioni e le pratiche culturali sono una parte importante dell'attrattiva turistica.

Le strutture alberghiere internazionali in Niger offrono grandi opportunità per promuovere un turismo più sostenibile e richiamare investimenti stranieri, con vantaggi per l'ambiente e

l'economia locale. La promozione di un turismo inclusivo e sostenibile attraverso la collaborazione con enti locali e le iniziative è una grande opportunità. Grazie alle loro risorse e competenze internazionali, le strutture internazionali possono collaborare con le comunità locali e le autorità nazionali per creare modelli di turismo che riducano l'impatto ambientale e migliorino allo stesso tempo le condizioni socioeconomiche delle popolazioni residenti. Ad esempio, gli hotel potrebbero incorporare pratiche di sostenibilità nelle loro operazioni, come utilizzare energia rinnovabile, ridurre i rifiuti e promuovere prodotti locali. Attraverso la creazione di posti di lavoro, l'impiego delle risorse locali e il sostegno alle piccole imprese locali, queste collaborazioni aumenterebbero l'attrazione delle strutture internazionali per i turisti eco-consapevoli e contribuirebbero allo sviluppo delle comunità locali.

La presenza di strutture ricettive internazionali in Niger è un altro fattore che attira gli investimenti esteri. Attraverso l'investimento in infrastrutture turistiche di alto livello, le grandi catene alberghiere possono stimolare ulteriori investimenti nel settore turistico della nazione. Le strutture alberghiere di lusso migliorano la reputazione del Niger come destinazione turistica di alta qualità, attirando nuovi operatori e investitori stranieri che vogliono costruire infrastrutture aggiuntive come aeroporti, reti di trasporto, ristoranti e attrazioni turistiche. Questi investimenti migliorano non solo l'accessibilità e la competitività del Niger come destinazione turistica, ma rafforzano anche le infrastrutture locali, creando un effetto moltiplicatore che stimola lo sviluppo economico in altri settori. Pertanto, il turismo può aiutare a far crescere l'economia della nazione portando nuove opportunità di lavoro e migliorando le condizioni di vita delle persone locali.

4.3. *Confronto tra le strutture ricettive locali ed internazionali*

Le principali differenze tra le strutture ricettive locali e internazionali riguardano aspetti come la gestione, i servizi offerti, la tipologia di clientela e i prezzi applicati.

Nella gestione, le strutture ricettive locali e internazionali differiscono molto nell'utilizzo di modelli organizzativi e operativi, adattati alle risorse e al contesto in cui operano. In Niger, come detto in precedenza, le strutture locali sono spesso gestite da imprenditori locali o da famiglie, il che li rende più flessibili nella gestione quotidiana. La maggior parte degli hotel, bed & breakfast ed eco-lodge ha un approccio più personalizzato ai clienti. Inoltre, la gestione

flessibile consente di prendere decisioni rapidamente senza dover rispettare standard aziendali rigidi, il che aumenta la capacità di affrontare cambiamenti economici o stagionali. D'altra parte, le strutture internazionali sono generalmente gestite da grandi catene alberghiere globali, che utilizzano metodi centralizzati. Le catene globali si affidano a sistemi di gestione avanzati per ottimizzare l'efficienza operativa. Questi sistemi includono software per la gestione delle prenotazioni, del personale e dei servizi, che riduce l'errore umano e garantisce una maggiore coerenza tra le varie strutture. Tuttavia, questo sistema centralizzato può rendere più difficile adattare i servizi alle esigenze specifiche del contesto locale, rendendo più difficoltoso fornire ai clienti esperienze autentiche e personalizzate (Tadasse, Nsiah e Fayissa, 2007).

Le strutture internazionali possono mantenere una qualità costante e attrarre clienti internazionali fornendo servizi uniformi e rispondenti alle aspettative dei viaggiatori internazionali grazie ai loro sistemi di gestione ben organizzati.

Le strutture ricettive locali in Niger (vedi paragrafo 4.1), tendono a concentrarsi su servizi essenziali, spesso limitati nei servizi di comfort e lusso, ma con un'enfasi significativa sull'autenticità culturale e sull'integrazione con la comunità locale. Queste strutture, come pensioni, eco-lodge e piccoli hotel a conduzione familiare, offrono servizi di base come alloggio, cibo locale e alcune attività turistiche, spesso con l'obiettivo di scoprire le tradizioni locali e le bellezze naturali. Ad esempio, l'ospitalità si concentra sull'offrire agli ospiti la possibilità di partecipare a tour culturali, artigianali o enogastronomici organizzati direttamente dalle comunità locali. Ciò consente loro di ricevere un'esperienza più intima e personale. Sebbene le strutture internazionali offrano livelli di comfort e lusso inferiori, le strutture locali, come visto in precedenza, hanno il vantaggio di poter offrire agli ospiti un'esperienza culturalmente autentica e immersiva, soddisfacendo le aspettative dei turisti che cercano di entrare direttamente in contatto con la cultura del Niger. Le strutture internazionali gestite da grandi catene globali garantiscono soluzioni complete sia per viaggiatori di lusso che per viaggiatori d'affari. Hotel e resort offrono servizi premium come ristoranti gourmet, spa, centri benessere e strutture per conferenze. Questi ristoranti spesso offrono una combinazione di cucina internazionale e locale, ma sempre con un'attenzione particolare alla qualità e alla raffinatezza. Le spa e i centri benessere offrono trattamenti di alto livello, che vanno dai massaggi terapeutici a percorsi di relax completi. Inoltre, molte strutture internazionali hanno sale conferenze e spazi per eventi progettati per ospitare

conferenze e riunioni aziendali internazionali. Ciò li rende preferiti da uomini d'affari, diplomatici e delegati internazionali. Le strutture internazionali possono mantenere una clientela fedele e attirare clienti di alto profilo da tutto il mondo grazie alla loro costante attenzione al comfort, al lusso e alla qualità.

In base ai servizi che offrono, al contesto culturale e economico in cui operano, le strutture ricettive locali e internazionali in Niger attraggono una vasta gamma di clienti. La maggior parte dei clienti delle strutture locali sono turisti locali o regionali, spesso residenti in paesi limitrofi. In quanto gli hotel di lusso gestiti da catene internazionali sono generalmente più costosi.

Come già menzionato, il turismo sostenibile e esperienziale è diventato sempre più popolare tra i turisti stranieri negli ultimi anni. Questi visitatori cercano esperienze genuine e vogliono conoscere la cultura locale, partecipare a tour naturalistici, entrare in contatto con le comunità locali e fare turismo responsabile. Grazie alla loro connessione con il territorio e alla loro capacità di offrire esperienze autentiche, le strutture locali sono una scelta naturale per questi viaggiatori. Tuttavia, a causa di limitazioni nelle infrastrutture e nei servizi, il numero di turisti stranieri che scelgono le strutture locali rimane inferiore rispetto alle grandi catene alberghiere.

Le strutture internazionali, invece, attirano principalmente clienti come viaggiatori d'affari, turisti di lusso e partecipanti a conferenze ed eventi globali. Spesso appartenenti a catene come Hilton o Radisson, questi hotel offrono il lusso e il comfort che i clienti d'élite e d'affari si aspettano. Queste strutture sono una scelta privilegiata per delegati e diplomatici in un ambiente come quello del Niger, dove sono in crescita conferenze internazionali, *summit* diplomatici e incontri aziendali. Questi hotel sono ideali per le aziende perché offrono spazi per riunioni, infrastrutture moderne e servizi personalizzati come trasporti privati e concierge. Il modo in cui le strutture ricettive locali e internazionali gestiscono i guadagni (RM) varia notevolmente in base alle diverse risorse e competenze a disposizione. Come spiegato in precedenza, gli albergatori locali possono adattarsi rapidamente alle variazioni della domanda o alle fluttuazioni stagionali applicando sconti o offerte speciali per attrarre clienti durante la bassa stagione o durante gli eventi locali grazie a questa flessibilità. Tuttavia, le strutture non sono in grado di massimizzare sistematicamente i loro ricavi perché mancano di strumenti tecnologici sofisticati per l'analisi dei dati e la previsione della domanda. Nelle strutture locali,

il RM è spesso basato sull'intuito e sull'esperienza piuttosto che su un'analisi approfondita dei dati in tempo reale.

Diversamente, le istituzioni internazionali utilizzano un metodo di gestione delle entrate estremamente strutturato e tecnologico. Le catene internazionali utilizzano piattaforme sofisticate, che analizzano dati storici e previsioni di mercato per ottimizzare i ricavi e modulare i prezzi in tempo reale. Queste risorse consentono una gestione dinamica delle tariffe monitorando costantemente la domanda, il comportamento dei clienti e i prezzi dei concorrenti. Questo metodo consente alle aziende internazionali di implementare un pricing dinamico, massimizzando i profitti con le adeguate modifiche ai prezzi in base alla disponibilità e alle tendenze del mercato in tempo reale. Indipendentemente dalle fluttuazioni stagionali, questa capacità di reagire rapidamente ai cambiamenti della domanda garantisce alle aziende internazionali tassi di occupazione elevati e margini di profitto ottimizzati durante tutto l'anno (Kimes, 2017).

Le differenze nel RM applicato a livello locale e internazionale sono particolarmente evidenti in Niger. Le strutture internazionali beneficiano di strumenti tecnologici sofisticati, che offrono un vantaggio significativo nella gestione della complessità del mercato turistico globale. D'altra parte, le strutture locali possono sfruttare la loro flessibilità gestionale per adattarsi alle condizioni del mercato interno. Le aziende internazionali possono attrarre clienti internazionali utilizzando una strategia di pricing ottimizzata e precisa per ogni situazione grazie a questo sofisticato uso delle piattaforme di RM (Cross, Higbie e Dax Cross, 2008).

Le strutture ricettive, sia internazionali che locali, hanno un ruolo importante nell'economia del Niger, ma il loro impatto sull'economia locale varia a seconda di come sono fatte e come vengono gestite. Come visto nel paragrafo 4.1, le attività locali hanno un impatto significativo sull'economia locale, in particolare attraverso un maggiore coinvolgimento delle comunità autoctone. Le risorse utilizzate, che includono cibo, arti e mestieri, materiali da costruzione e servizi, spesso provengono dalle comunità vicine, favorendo così un ciclo economico virtuoso. Inoltre, le strutture locali sono più radicate nella società e nell'economia della nazione e tendono a lavorare in stretta collaborazione con le comunità, promuovendo pratiche sostenibili, nuovi posti di lavoro e preservando il patrimonio culturale nigerino.

Al contrario, le strutture internazionali, sebbene abbiano un impatto economico significativo grazie all'attrazione di turisti internazionali, tendono ad essere meno coinvolte nell'economia locale rispetto alle strutture locali. In effetti, le catene alberghiere internazionali utilizzano

spesso modelli gestionali standardizzati che riducono l'utilizzo delle risorse locali importando una grande quantità di merci e materiali da altri paesi. Inoltre, a causa del fatto che la proprietà e la gestione di queste aziende sono spesso in mani esterne, una parte significativa dei profitti viene trasferita all'estero, il che limita i vantaggi diretti per l'economia locale. Tuttavia, il turismo internazionale aiuta lo sviluppo del settore turistico del Niger in modo indiretto, rendendo la nazione più riconoscibile a livello internazionale e incentivando gli investimenti in infrastrutture nel settore alberghiero e nei servizi correlati.

Le strutture internazionali possono stimolare l'intero comparto turistico, ma non offrono lo stesso livello di coinvolgimento comunitario e impiego delle risorse locali che offrono le strutture gestite a livello nazionale. Ciò crea una netta distinzione tra gli effetti economici delle strutture locali e internazionali. (République du Niger, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, 2024).

A seconda che si tratti di strutture internazionali o locali, il settore dell'ospitalità in Niger offre una vasta gamma di opzioni di alloggio. Le strutture ricettive locali offrono generalmente prezzi più bassi per una clientela che è principalmente composta da turisti locali e viaggiatori con un budget limitato. Queste strutture, che includono pensioni, piccoli hotel e eco-lodge, offrono prezzi più bassi rispetto alle catene internazionali; quindi, sono un'ottima scelta per coloro che cercano soluzioni di alloggio economiche ma desiderano allo stesso tempo un'esperienza autentica e immersiva. Gli obiettivi di queste strutture includono turisti interni al Niger e viaggiatori regionali provenienti dai paesi vicini, che spesso trovano nelle strutture locali una combinazione conveniente di prezzi e un accesso diretto alla cultura e alle tradizioni del paese. È possibile attirare clienti che altrimenti non potrebbero permettersi i costi più elevati delle strutture internazionali grazie alla sua maggiore accessibilità.

Invece, le aziende internazionali applicano prezzi più elevati per attirare clienti con maggiori budget. Queste strutture di lusso, gestite da catene globali come Marriott, Hilton e Radisson, attirano principalmente viaggiatori di fascia alta, viaggiatori d'affari e partecipanti a conferenze internazionali, offrendo servizi esclusivi e di alta qualità a prezzi superiori. Per soddisfare gli standard di comfort e sicurezza globali, le strutture internazionali tendono a mantenere tariffe più alte a causa della loro vasta gamma di servizi di lusso, come spa, ristoranti gourmet, centri benessere e strutture per eventi aziendali. L'obiettivo di questo prezzo è un pubblico abituato a soggiornare in hotel di lusso e disposto a pagare maggiormente per un servizio impeccabile e un'esperienza di soggiorno senza compromessi.

Questa differenza di prezzo divide chiaramente i segmenti di clientela nel Niger: Le strutture internazionali si concentrano su un pubblico elitario, prevalentemente internazionale, che cerca comfort e lusso, mentre le strutture locali attraggono i viaggiatori più economici. Sebbene le strutture locali possano offrire un'esperienza più autentica, il divario di prezzi limita una parte significativa della popolazione locale e dei turisti con risorse finanziarie più limitate all'accesso alle strutture internazionali.

Il modo in cui le strutture ricettive locali si differenziano da quelle internazionali in Niger è il loro approccio alla cultura e la loro autenticità. Gli hotel e gli eco-lodge gestiti localmente spesso utilizzano materiali e costruzioni che riflettono lo stile tradizionale nigerino e collaborano con le comunità locali per offrire ai visitatori l'opportunità di entrare in contatto diretto con la cultura locale. Ciò può includere attività come partecipare a festival locali, partecipare a tour guidati dai membri della comunità, partecipare a laboratori di artigianato o visitare i mercati tradizionali. L'obiettivo delle strutture locali è quello di offrire un soggiorno confortevole che consenta ai visitatori di conoscere e apprezzare in modo autentico la storia e le tradizioni del Niger (Grégoire e Scholze, 2012). Questa strategia soddisfa le esigenze dei visitatori che cercano esperienze più profonde e significative, in linea con l'aumento dell'interesse per il turismo esperienziale e sostenibile.

Tuttavia, il modello di gestione e offerta basato sull'esperienza è più comune tra le istituzioni internazionali. Le catene alberghiere globali rischiano di omologare le culture, dove l'esperienza offerta ai clienti risulta essere simile indipendentemente dalla località in cui si trovano. Poiché l'obiettivo principale è garantire uniformità nei servizi offerti, piuttosto che integrare aspetti culturali specifici del territorio, questo modello operativo centrato su standard globali può portare a una minore attenzione alle tradizioni locali. Di conseguenza, l'esperienza di soggiorno in una struttura internazionale in Niger potrebbe essere molto simile a quella in altre parti del mondo, rendendo difficile per i visitatori immergersi nella cultura locale e apprezzare le specificità della nazione. Sebbene alcuni hotel internazionali tentino di incorporare elementi locali nella loro offerta, come fornire cibo tradizionale nei loro ristoranti, questo è spesso superficiale e non riesce a competere con l'autenticità delle esperienze offerte dalle strutture locali.

5. ANALISI DI ALCUNE STRUTTURE A CARATTERE LOCALE E INTERNAZIONALE

5.1. Analisi di alcune strutture ricettive locali

Il capitolo finale della tesi analizza cinque casi particolari di strutture ricettive a Niamey. Ho inizialmente previsto un campione più grande, ma alla fine ho deciso di concentrarmi su queste strutture perché sono le uniche da cui ho ottenuto risposte dirette, il che mi ha permesso di condurre un'analisi più approfondita. I cinque hotel scelti sono tutti situati a Niamey e classificati come hotel di lusso. La principale distinzione tra di loro è la proprietà: alcuni sono di proprietà locale, mentre altri sono di proprietà di catene internazionali. Ho scelto questi hotel perché potessero essere classificati come hotel di lusso, il che facilita il confronto tra di loro. Ho creato un questionario, che può essere trovato in appendice, e l'ho distribuito ai manager degli hotel. L'obiettivo era raccogliere informazioni aggiuntive su queste strutture. Ho preso in considerazione l'Hotel Ténéré e l'Hotel Grand per quanto riguarda le strutture ricettive locali aventi uno standard elevato. Invece, per quanto riguarda i casi studio internazionali sono coinvolti gli hotel Terminus, il Radisson Blu e il Noom. Quest'ultimo è un caso interessante in quanto è internazionale ma di proprietà africana, quindi intercontinentale a differenza degli altri 2 di origine occidentale. Un'altra fonte di informazioni utilizzata per la stesura di questo paragrafo riguarda le recensioni online per le strutture prese in considerazione.

Questo paragrafo è dedicato all'analisi delle strutture ricettive locali, entrambi situate nella capitale, Niamey.

L'Hotel Ténéré, situato nel centro della città, è famoso per la gestione locale e per l'integrazione di elementi culturali nigerini nel design e nei servizi. Questo albergo si distingue per il suo impegno a trasmettere le tradizioni del Niger sia attraverso la sua architettura che attraverso le esperienze che offre ai suoi ospiti. In effetti, il Ténéré si impegna a fornire un soggiorno genuino, mettendo l'accento sul mantenimento di una forte connessione con il territorio e le comunità locali. Come si evince dal questionario (vedi appendice) la struttura ha una piscina, un centro fitness, un ristorante che serve cucina locale e internazionale e altri comfort moderni che rendono il soggiorno piacevole sia per i turisti di piacere che per i viaggiatori d'affari.

Il Grand Hotel di Niamey, anche a 4 stelle, si trova in una posizione centrale nella capitale. Nonostante sia di proprietà locale, il Grand Hotel si distingue per i suoi standard elevati, adatti a una clientela internazionale, infatti dal questionario emerge come i clienti del resto dell'Africa siano la tipologia di clienti che più utilizza questo hotel. La struttura è frequentata da diplomatici, uomini d'affari e turisti di alto profilo, che cercano servizi di lusso e comfort di livello internazionale. Il Grand Hotel offre una vasta gamma di servizi, come sale conferenze, un centro benessere, ristoranti gourmet e piscine, e un'atmosfera che cerca di combinare l'efficienza e la professionalità di un albergo internazionale con un tocco di ospitalità locale.

Entrambi gli alberghi sono un esempio significativo dell'ospitalità nigerina di fascia alta, differenziandosi per l'equilibrio tra l'offerta di un'esperienza autentica e il mantenimento di standard di comfort riconosciuti a livello globale.

L'Hotel Ténéré e il Grand Hotel di Niamey, tra le strutture esaminate, offrono una varietà di servizi progettati per soddisfare le esigenze di una clientela diversificata, che include sia turisti che viaggiatori d'affari, dal rispondente emerge che sono perlopiù di provenienza asiatica. Le risposte provenienti dalla compilazione dei questionari dai membri del personale manageriale di entrambe le strutture hanno fornito una panoramica completa dei servizi e dell'attenzione alla qualità.

L'Hotel Ténéré offre molti servizi essenziali e di qualità, come un ristorante che serve cucina locale e internazionale, una piscina per il relax e un centro fitness ben attrezzato. Inoltre, la struttura offre una connessione Wi-Fi gratuita; come emerso dalle recensioni questo è particolarmente apprezzato dai viaggiatori d'affari che devono rimanere connessi per motivi di lavoro. Il parcheggio privato e il servizio in camera sono ulteriori servizi che migliorano il comfort degli ospiti. Il personale manageriale afferma che i clienti apprezzano l'accoglienza calorosa e l'attenzione personalizzata del personale, che mostrano il focus della struttura sulla soddisfazione dei clienti.

Il Grand Hotel di Niamey offre servizi eccellenti per una clientela internazionale di alto profilo. Oltre ai comfort standard come un ristorante, una piscina e un centro fitness, il Grand Hotel si distingue per le sale conferenze di varie dimensioni, utilizzate per eventi aziendali e diplomatici. Anche i clienti business apprezzano la connessione Wi-Fi gratuita in tutto l'hotel. Secondo i riscontri dei questionari, i manager dell'hotel ritengono che i viaggiatori d'affari

apprezzino i servizi offerti perché combinano efficienza e comfort. Tuttavia, viene segnalato che un aggiornamento delle infrastrutture potrebbe migliorare ulteriormente l'esperienza degli ospiti, allineando l'hotel agli standard internazionali di fascia alta.

Le risposte del questionario hanno mostrato che entrambe le strutture seguono attentamente le opinioni dei clienti per migliorare continuamente i loro servizi. Le recensioni e i questionari post-soggiorno raccolti durante questo processo di valutazione consentono agli hotel di identificare le aree di miglioramento e pianificare cambiamenti per soddisfare meglio le esigenze dei clienti. Il personale manageriale crede che la soddisfazione dei clienti sia fondamentale per rimanere competitivi e migliorare costantemente la qualità del servizio.

L'Hotel Ténéré e il Grand Hotel di Niamey si trovano in due fasce di mercato leggermente diverse in termini di prezzi e accessibilità, ciascuno con un'offerta adeguata ai rispettivi target di clientela.

La tariffa media, fornita dal personale manageriale, dell'Hotel Ténéré per una camera doppia è di 60.000 CFA (circa 90,00 euro), rendendo l'hotel particolarmente accessibile a turisti locali e regionali e viaggiatori internazionali con budget limitati. L'Hotel Ténéré è riuscito a posizionarsi come un'opzione attraente per i viaggiatori che cercano comfort e servizi di qualità ma con una maggiore attenzione al rapporto qualità-prezzo, secondo le informazioni fornite dal personale manageriale. Questo rende l'hotel un'ottima scelta per coloro che vogliono soggiornare in un hotel a 4 stelle ma non vogliono pagare i costi associati a un hotel di lusso e vogliono mantenere un buon equilibrio tra prezzo e accessibilità.

Il Grand Hotel di Niamey, invece, è in una fascia di prezzo più alta. La media per una camera doppia, secondo il rispondente al questionario, è di circa 80.000 CFA, quindi circa 120 euro. Questo livello di prezzo riflette l'orientamento dell'hotel verso una clientela di fascia alta, composta principalmente da viaggiatori d'affari, turisti internazionali e diplomatici che cercano un'esperienza e servizi unici. Dal punto di vista del personale manageriale, il Grand Hotel ha una tariffa più elevata rispetto ad altri hotel locali perché offre servizi e comfort a livello internazionale. Gli ospiti apprezzano la qualità del servizio e l'attenzione ai dettagli, rendendo il Grand Hotel una scelta competitiva tra i viaggiatori con maggiori disponibilità economiche e aspettative elevate.

Il Grand Hotel di Niamey continua ad attrarre una clientela più esclusiva grazie ai suoi standard elevati e alla sua gamma di servizi, mentre il Ténéré si distingue per la sua competitività nel mercato locale e regionale, secondo i dati. Entrambe le strutture mantengono una buona accessibilità al rispettivo target di clientela.

L'Hotel Ténéré e il Grand Hotel di Niamey si rivolgono a una varietà di clienti e target di mercato, riflettendo la natura delle loro offerte e servizi.

Emerge dai riscontri del questionario che l'Hotel Ténéré attira principalmente clienti internazionali, come detto in precedenza per lo più asiatici. Il suo prezzo ragionevole e la sua posizione centrale lo rendono un'opzione popolare per i visitatori dal Niger e dai paesi limitrofi. Dal questionario compilato dal personale manageriale, è emerso anche, che il profilo della clientela sta cambiando e che i turisti *business*, che vogliono godersi le bellezze naturali e culturali del Niger senza rinunciare ai comfort moderni, stanno diventando sempre più interessati. Questo cambiamento riflette una tendenza più ampia al turismo esperienziale, in cui i visitatori cercano di combinare il relax con attività che li mettono in contatto con la cultura e la natura del luogo. Queste esigenze sono state soddisfatte dal Ténéré, come si detto dal partecipante al questionario, l'hotel offre pacchetti personalizzati per turisti che vogliono esplorare la regione, partecipare a eventi locali o godere di un soggiorno tranquillo.

Nel frattempo, il Grand Hotel di Niamey accoglie principalmente clienti internazionali provenienti da altre regioni dell'Africa. Secondo il personale manageriale, la clientela del Grand Hotel è principalmente composta da viaggiatori d'affari e diplomatici, che scelgono l'hotel per la sua posizione strategica e per i suoi servizi business eccellenti, come sale conferenze e spazi per eventi. L'hotel offre servizi personalizzati e comfort, creando un ambiente ideale per incontri di lavoro e soggiorni lunghi. Questo target di clientela è attratto. Inoltre, la presenza di persone di spicco evidenzia la capacità del Grand Hotel di mantenere uno standard internazionale e soddisfare le richieste dei viaggiatori abituati a soggiornare in hotel di lusso in tutto il mondo.

In sintesi, ci sono due hotel che si differenziano nettamente nel modo in cui trattano i clienti: Il Grand Hotel di Niamey si posiziona come una scelta primaria per i viaggiatori internazionali continentali, in particolare per il mondo degli affari e della diplomazia, mentre l'Hotel Ténéré si concentra su una clientela internazionale asiatica con una crescente attenzione ai turisti

leisure. Tuttavia, il personale manageriale ha dimostrato che entrambe le strutture hanno creato un'offerta in grado di soddisfare le esigenze specifiche del proprio target.

L'Hotel Ténéré e il Grand Hotel di Niamey utilizzano approcci diversi per la gestione delle entrate. Lo fanno per soddisfare le caratteristiche della loro clientela e le esigenze specifiche del mercato in cui operano. I questionari condotti dal personale manageriale hanno mostrato che entrambe le strutture sono abbastanza flessibili nella gestione dei prezzi e nella personalizzazione delle offerte.

L'Hotel Ténéré si distingue per i suoi prezzi flessibili, che variano in base all'occupazione e alla domanda stagionale. Grazie a questo approccio, la struttura può adattarsi alle fluttuazioni del mercato e mantenere tariffe competitive durante i periodi di bassa stagione. Inoltre, consente alla struttura di ottimizzare i ricavi durante i periodi di alta domanda. L'Hotel Ténéré ha implementato una strategia di pacchetti speciali per diversi tipi di clienti, come viaggiatori d'affari, famiglie e ospiti interessati a soggiorni di benessere, secondo il personale manageriale. Questi pacchetti sono stati progettati per fornire ai clienti un'esperienza personalizzata che soddisfi le loro esigenze. Il Ténéré può mantenere una clientela variegata e ottimizzare l'occupazione in diversi momenti dell'anno grazie a questa flessibilità gestionale.

Al contrario, il Grand Hotel di Niamey utilizza una strategia di pricing mirata, concentrandosi sui pacchetti per viaggiatori d'affari e sui soggiorni di lunga durata. Questo metodo è in linea con la sua clientela, che include diplomatici e uomini d'affari, spesso interessati a soggiorni di lavoro prolungati. I pacchetti business del Grand Hotel offrono molti vantaggi unici, come accesso alle sale conferenze, una rete Wi-Fi migliorata, trasporto privato e catering per eventi aziendali. Dal punto di vista del personale manageriale, questa strategia di pricing consente agli hotel di mantenere una forte competitività nel settore dell'ospitalità di fascia alta offrendo pacchetti personalizzati che soddisfano le esigenze specifiche della clientela internazionale. La flessibilità nella gestione delle cancellazioni è un'altra caratteristica distintiva della gestione del Grand Hotel, che è fondamentale per i viaggiatori d'affari che spesso necessitano di cambiamenti nei loro itinerari all'ultimo minuto. I clienti vedono questa politica di cancellazione flessibile come un valore aggiunto perché riduce il rischio di penali e rende il viaggio più sicuro.

Quindi, l'Hotel Ténéré si concentra sulla diversificazione dell'offerta e sulla flessibilità delle tariffe per adattarsi alle domande variabili del mercato, mentre l'Hotel Grand di Niamey utilizza strategie più strutturate di pricing e pacchetti business, mantenendo un elevato livello di competitività attraverso una gestione personalizzata e orientata alla clientela d'affari. Le risposte del personale manageriale ai questionari mostrano che entrambe le strutture sono in grado di gestire i ricavi in modo efficace, anche se utilizzano approcci diversi.

Gli hotel a 4 stelle di proprietà locale, come l'Hotel Ténéré e il Grand Hotel di Niamey, hanno un impatto significativo sull'economia locale. Questo è un aspetto importante della loro gestione e della loro interazione con il territorio. Secondo i questionari condotti dal personale manageriale, entrambi gli alberghi hanno giocato un ruolo importante nel sostenere le comunità locali attraverso collaborazioni e iniziative che promuovono lo sviluppo economico del Niger.

Come emerge dai riscontri dei questionari, per fornire cibo e servizi, sia l'Hotel Ténéré che il Grand Hotel di Niamey collaborano con fornitori locali. Questa scelta intelligente non solo migliora la qualità e la freschezza dei prodotti utilizzati, in particolare nei ristoranti degli hotel, ma aiuta anche a crescere le piccole e medie imprese locali, che beneficiano di collaborazioni solide con queste strutture alberghiere. Ad esempio, l'Hotel Ténéré sostiene gli agricoltori e i commercianti locali fornendo frutta, verdura e altri alimenti freschi ai mercati locali. In modo simile, il Grand Hotel di Niamey si affida ai fornitori locali per la maggior parte dei suoi alimenti e per alcuni dei suoi servizi di manutenzione, creando così un ciclo economico positivo che coinvolge la comunità.

Oltre all'approvvigionamento, entrambi gli hotel promuovono il turismo locale organizzando eventi culturali e sostenendo attività che valorizzano le tradizioni del Niger. Ad esempio, l'Hotel Ténéré collabora spesso con artisti e artigiani locali per organizzare esposizioni d'arte e mercati artigianali all'interno o nelle aree circostanti. Queste iniziative aumentano la visibilità delle tradizioni culturali nigerine e attirano turisti a scoprire l'artigianato e la cultura della nazione. Il Grand Hotel di Niamey, invece, organizza una vasta gamma di eventi, tra cui concerti e conferenze che celebrano la ricchezza culturale e storica del Niger, oltre ad ospitare eventi internazionali che aumentano la visibilità del Niger in tutto il mondo.

Di conseguenza, entrambi gli hotel svolgono un ruolo importante nel sostenere e promuovere l'economia locale e il patrimonio culturale. La promozione delle attività culturali e la collaborazione con i fornitori locali hanno due vantaggi: Da un lato, aiutano l'economia locale creando posti di lavoro e sostenendo le imprese locali, e dall'altro, promuovono la crescita del turismo culturale, migliorando la reputazione del Niger come meta turistica. Il personale manageriale ha affermato che il coinvolgimento delle comunità locali rafforza la relazione tra l'hotel e il territorio e rende l'ambiente più genuino e apprezzato dai visitatori che cercano esperienze culturalmente arricchenti e uniche.

La complessità del settore alberghiero locale, in cui le strutture di proprietà locali devono competere con le catene internazionali e adattarsi alle esigenze in continua evoluzione del mercato turistico, è riflessa nelle sfide e nelle opportunità affrontate dall'Hotel Ténéré e dal Grand Hotel di Niamey.

L'Hotel Ténéré deve affrontare una serie di problemi, in particolare la concorrenza con gli alberghi internazionali presenti a Niamey. Come espresso nel paragrafo 4.1, gli hotel locali stanno incontrando difficoltà a causa della crescente presenza di catene internazionali, che offrono standard globali e una maggiore visibilità sul mercato turistico internazionale. La concorrenza con queste strutture si riflette nella capacità di attrarre clienti di tutto il mondo e nella percezione del marchio, poiché i viaggiatori spesso preferiscono marchi conosciuti e affidabili in tutto il mondo. La pubblicità online dell'Hotel Ténéré è un'altra sfida importante, secondo i questionari compilati dal personale manageriale. Sebbene l'hotel offra servizi di alta qualità, ha una scarsa presenza digitale, rendendolo meno competitivo rispetto agli standard del mercato attuale, in cui la prenotazione online e la visibilità sulle piattaforme di prenotazione sono le principali variabili per attirare nuovi clienti. L'hotel deve quindi dare la priorità all'aumento della propria presenza online attraverso strategie di marketing più aggressive e un migliore utilizzo delle piattaforme online. Potrebbero trarre vantaggio da una maggiore visibilità per aumentare le prenotazioni dirette e consolidare la propria posizione sul mercato.

Il Grand Hotel di Niamey ha ampie opportunità di espansione grazie alle risposte del personale manageriale, in particolare attraverso la creazione di nuovi servizi e la pianificazione di eventi specifici. Una delle opportunità che sono state identificate è l'avvio di eventi per studenti. Questi eventi potrebbero includere conferenze, workshop e seminari educativi e attirare una

fascia di clientela accademica e giovanile che al momento non è stata completamente sfruttata. Questi eventi potrebbero aumentare il tasso di occupazione e rafforzare la reputazione dell'hotel come luogo ideale per eventi e congressi a Niamey. Un'altra opportunità di crescita è la creazione di circuiti turistici nei dintorni della città in collaborazione con agenzie di viaggio e guide turistiche locali. Questo consente ai clienti del Grand Hotel di apprezzare le attrazioni naturali e culturali di Niamey, con pacchetti unici che includono escursioni e tour personalizzati. Questa strategia aumenterebbe non solo l'offerta turistica dell'hotel, ma anche la durata media dei turisti, generando maggiori entrate.

Per concludere, mentre l'Hotel Ténéré deve affrontare sfide strutturali legate alla concorrenza internazionale e alla necessità di migliorare la propria visibilità online, il Grand Hotel di Niamey ha davanti a sé importanti opportunità di espansione che potrebbero consentirgli di diversificare ulteriormente la propria offerta e consolidare la propria leadership nel settore alberghiero della capitale nigerina. Come dimostrato dai risultati dei questionari, entrambi gli hotel dimostrano una forte capacità di adattamento e un enorme potenziale di crescita, nonostante le loro differenze.

La presente analisi ha evidenziato le caratteristiche dell'Hotel Ténéré e del Grand Hotel di Niamey, due hotel a 4 stelle di proprietà locale che si rivolgono a mercati e clienti diversi condividendo alcuni tratti comuni. Il settore dell'ospitalità di Niamey è fortemente influenzato da queste strutture, che contribuiscono in modo significativo all'economia locale e al turismo nella capitale.

L'Hotel Ténéré si distingue per la sua flessibilità gestionale e la sua capacità di adattarsi alla domanda stagionale, offrendo pacchetti personalizzati per diverse categorie di clienti, come viaggiatori d'affari, famiglie e turisti di piacere. Tuttavia, la struttura deve affrontare importanti problemi, soprattutto in termini di visibilità online e concorrenza con le catene internazionali. Le risposte al questionario sottolineano l'importanza di migliorare la presenza online dell'hotel e l'adozione di metodi di marketing più efficienti per essere più competitivi e attirare un pubblico più internazionale. Punto di forza che potrebbero essere sviluppati per distinguersi dalle catene alberghiere globali sono l'attenzione alle collaborazioni locali e l'integrazione di elementi culturali autentici nei servizi offerti.

D'altra parte, il Grand Hotel di Niamey è un hotel di lusso che attira una clientela internazionale, principalmente viaggiatori d'affari e diplomati. Lo rende un punto di riferimento per il turismo d'affari nella capitale grazie alla sua vasta gamma di servizi e alla sua offerta orientata a eventi aziendali e conferenze. Secondo i risultati del questionario, il Grand Hotel ha grandi opportunità di crescita, in particolare attraverso la creazione di nuovi servizi come eventi per gli studenti e circuiti turistici nelle vicinanze di Niamey. Queste iniziative potrebbero non solo diversificare l'offerta dell'hotel, ma anche rafforzare il suo legame con il contesto locale e attrarre un pubblico più ampio, stimolando il turismo culturale ed educativo nella regione.

Le risposte ai questionari dai manager delle due strutture mostrano chiaramente le opportunità e i problemi nel settore alberghiero locale. Sebbene entrambe le strutture siano estremamente adatte alle esigenze del mercato, è necessario innovare e migliorare le strategie di gestione, in particolare per quanto riguarda il controllo delle entrate e la promozione digitale. Inoltre, la collaborazione tra gli hotel e le comunità locali potrebbe essere rafforzata, aumentando l'economia locale e promuovendo un turismo più inclusivo e sostenibile.

Infine, sia l'Hotel Ténéré che il Grand Hotel di Niamey hanno caratteristiche uniche che li rendono competitivi nel settore alberghiero locale, ma ci sono ampi margini di miglioramento che potrebbero essere sfruttati per garantire una crescita sostenibile del settore. Le principali opportunità di sviluppo per il futuro dell'ospitalità a Niamey sono l'adozione di strategie più mirate per la promozione e la diversificazione dell'offerta, nonché un maggiore investimento nell'innovazione e nella digitalizzazione.

5.2. Analisi dettagliata di alcune strutture ricettive internazionali

Questo studio ha esaminato le strutture ricettive internazionali che costituiscono un campione significativo dell'offerta alberghiera di lusso a Niamey, mettendo in evidenza una varietà di caratteristiche in termini di gestione, servizi e target di mercato. Gli hotel in questione sono l'Hotel Terminus, il Radisson Blu e il Noom Hotel, ciascuno dei quali ha caratteristiche proprie che li rendono unici nel settore alberghiero della capitale nigerina.

L'Hotel Terminus si trova nel centro di Niamey ed è una struttura a 4 stelle di proprietà internazionale extra-continentale (Europa/America). La struttura è molto popolare sia tra i viaggiatori di piacere che d'affari perché offre un interessante equilibrio tra ospitalità tradizionale e l'applicazione di standard internazionali. Secondo i questionari, l'hotel è apprezzato per la sua posizione centrale e per la sua combinazione di servizi moderni con un'attenzione speciale all'accoglienza personalizzata. L'Hotel Terminus ha una clientela principalmente internazionale, secondo quanto emerso dai riscontri dei questionari ma anche molti turisti locali e africani. Offre una vasta gamma di servizi che lo rendono competitivo sul mercato locale.

Il Radisson Blu Hotel fa parte di una catena di proprietà extra-continentale internazionale. È nota per i suoi servizi di lusso e per l'attenzione alla clientela d'affari e diplomatica, essendo situata in una zona strategica di Niamey. L'hotel è destinato a clienti internazionali sofisticati che prestano molta attenzione ai dettagli e al comfort, secondo i dati raccolti dai manager. Con una presenza globale consolidata, la catena Radisson Blu garantisce ai clienti un'esperienza coerente e di qualità ovunque si trovino. Il Radisson Blu di Niamey è perfetto per ospitare eventi internazionali, conferenze e delegazioni diplomatiche grazie ai suoi spazi e ai suoi servizi.

Il Noom Hotel è un albergo che fa parte della catena alberghiera Mangalis in Africa.

La catena alberghiera Mangalis, che parte della holding africana Teyliom Group, è nata nel 2011 con l'obiettivo di sviluppare un turismo di alto livello intra-continentale. L'ospitalità di lusso che riflette l'identità culturale africana, integrando standard internazionali e un approccio gestionale moderno, è la visione del gruppo. Mangalis opera attraverso i suoi marchi: Noom Hotels, che si concentra sull'ospitalità di lusso; Seen Hotels, che si concentra sul business; e Yaas Hotels, che offre soluzioni turistiche economiche. Il Noom Hotel di Niamey, è un perfetto esempio della modalità in cui Mangalis promuove lo sviluppo alberghiero in Africa, prestando particolare attenzione alle esigenze della clientela d'affari e alle permanenze lunghe. La filosofia del gruppo mira a preservare l'identità africana senza rinunciare al comfort e alla qualità tipici delle catene internazionali.

Il Noom si distingue dagli altri hotel in considerazione per il suo alto livello di lusso e il suo forte focus sul turismo internazionale. Secondo i questionari, la struttura si concentra sulla clientela business e sulle lunghe permanenze fornendo pacchetti personalizzati per soddisfare le esigenze di questa tipologia di viaggiatori. La proprietà africana del Noom Hotel rafforza la

sua posizione come promotore del turismo africano di alto livello, capace di competere con le grandi catene internazionali mantenendo al contempo un'identità legata alla comunità. L'hotel si è affermato come punto di riferimento per eventi aziendali e conferenze, attirando clienti africani e internazionali interessati a soluzioni di soggiorno che uniscono praticità e lusso.

Queste tre strutture rappresentano varie aree del mercato alberghiero globale di Niamey: Mentre l'Hotel Terminus combina tradizione e modernità per una vasta gamma di clienti, il Radisson Blu si distingue per il lusso globale e la clientela d'affari di alto profilo, e il Noom Hotel incarna il lusso africano con una forte attenzione al turismo business e intra-continentale.

Questi servizi si differenziano in base alla tipologia di clientela e al posizionamento di ciascuna struttura nel mercato dell'ospitalità di Niamey.

L'Hotel Terminus, un albergo a 4 stelle di proprietà internazionale extra-continentale, offre una serie di servizi essenziali per garantire comfort e praticità ai suoi ospiti. Da quanto emerso dal personale manageriale, la struttura è dotata di un ristorante che propone piatti della cucina locale e internazionale, una piscina all'aperto e un centro fitness attrezzato, oltre a servizi come la connessione Wi-Fi gratuita, un parcheggio privato e il servizio in camera. Secondo le informazioni fornite dal personale manageriale, questi servizi soddisfano in particolare le necessità dei viaggiatori leisure e d'affari, offrendo una combinazione di comfort e accessibilità che lo rendono popolare tra i turisti locali e internazionali. Tuttavia, l'hotel si confronta con la sfida di mantenere elevati livelli di servizio per competere con le nuove strutture di lusso emergenti in città.

Il Radisson Blu Hotel, una struttura che fa parte di una catena alberghiera internazionale di fama mondiale, si distingue, dice il responsabile delle risorse umane, per i suoi servizi di lusso orientati principalmente a una clientela d'affari e diplomatica. Oltre ai servizi di base come ristorante, piscina, centro fitness, Wi-Fi gratuito e parcheggio, il Radisson Blu offre una gamma di servizi aggiuntivi pensati per soddisfare le esigenze di eventi di alto livello. Tra questi figurano ampie sale conferenze equipaggiate per incontri aziendali, banchetti per cerimonie e conferenze internazionali, e una SPA che offre trattamenti benessere per gli ospiti che desiderano un soggiorno rigenerante. Il personale manageriale evidenzia come queste offerte rendano il Radisson Blu un punto di riferimento per eventi aziendali e diplomatici a Niamey,

contribuendo a consolidare la sua reputazione come uno degli hotel di lusso più importanti della capitale.

Il Noom Hotel si distingue per la sua attenzione al turismo d'affari e alle lunghe permanenze. Oltre ai servizi standard come ristorante, piscina, centro fitness e Wi-Fi gratuito, il Noom, da quanto emerso dal rispondente, si focalizza su pacchetti business personalizzati. L'hotel offre un servizio navetta per l'aeroporto, spazi per conferenze attrezzati per eventi aziendali, e una SPA con una vasta gamma di trattamenti benessere, rendendo il soggiorno particolarmente confortevole per gli ospiti che desiderano rilassarsi dopo giornate intense di lavoro. Dai questionari emerge che uno dei punti di forza del Noom è proprio la capacità di adattare i servizi alle esigenze specifiche dei suoi ospiti business, che spesso richiedono pacchetti flessibili e opzioni di lungo termine. Questa attenzione ha consentito alla struttura di posizionarsi come un'opzione di alto livello per i viaggiatori d'affari in transito a Niamey.

In sintesi, ciascuno dei tre hotel offre una gamma di servizi in linea con il proprio posizionamento di mercato e con le aspettative della clientela target. Mentre l'Hotel Terminus si distingue per un'offerta essenziale e accessibile, il Radisson Blu e il Noom Hotel puntano su un servizio di lusso, con una forte attenzione ai bisogni del cliente d'affari e agli eventi di alto profilo.

Ciascuna delle strutture internazionali analizzate, tra cui l'Hotel Terminus, il Radisson Blu e il Noom, offre fasce di prezzo diverse e mirate a un pubblico specifico. Gli hotel hanno implementato una varietà di strategie di mercato per soddisfare le esigenze di turisti locali, viaggiatori stranieri e clienti d'affari e i prezzi medi delle camere sono un riflesso di queste strategie.

Con un prezzo medio di 70.000 CFA (circa 107 euro) per una camera doppia, l'Hotel Terminus si posiziona in una fascia di prezzo accessibile sia per i visitatori locali che internazionali.

L'Hotel Terminus è particolarmente attraente per i visitatori con un budget moderato a Niamey, è quindi una scelta solida per coloro che cercano un soggiorno confortevole senza spendere troppo.

Invece, il Radisson Blu Hotel si posiziona in una fascia di lusso, con un prezzo medio di 280 euro circa, quindi 180.000 CFA per una camera doppia. Si rivolge principalmente a viaggiatori d'affari, diplomatici e clienti di fascia alta. Il prezzo elevato è il risultato dei servizi di alta qualità e della presenza di infrastrutture progettate per eventi diplomatici e aziendali di alto livello.

Con un prezzo medio di 100.000 CFA (circa 230 euro), secondo i dati del questionario, il Noom Hotel si trova in una fascia di prezzo intermedia ed è adatto sia a viaggiatori d'affari che a clienti che desiderano rimanere per periodi più lunghi. Secondo i questionari condotti dal personale manageriale, uno dei principali obiettivi del Noom Hotel è mantenere un equilibrio tra l'accessibilità e la qualità dei servizi mentre offre tariffe competitive rispetto ad altre strutture di lusso. Come affermato dal personale, altri vantaggi competitivi del Noom Hotel nel mercato alberghiero di Niamey includono tariffe flessibili e pacchetti personalizzati per soggiorni lunghi.

Ciascuna delle tre strutture si posiziona in modo diverso in termini di prezzi e accessibilità per adattarsi a diversi mercati. Il Noom Hotel combina prezzi competitivi con servizi di alto livello, mentre l'Hotel Terminus attira un pubblico più ampio con tariffe moderate e il Radisson Blu attira clienti di lusso.

Le tre strutture internazionali analizzate, l'Hotel Terminus, il Radisson Blu e il Noom, attraggono una clientela diversificata in base al loro posizionamento di mercato e ai servizi offerti. I target di mercato di ciascuna struttura, per quanto emerso dalle risposte ai questionari, sono influenzati dalle sue caratteristiche uniche e dal contesto in cui operano; la loro clientela comprende viaggiatori d'affari, turisti di *leisure* e ospiti internazionali di alto profilo.

L'Hotel Terminus attira principalmente clienti internazionali e africani, con molti clienti provenienti da Europa e dagli Stati Uniti, come vedremo dalla tabella 5.1. L'hotel ha costruito una buona reputazione tra i viaggiatori di piacere grazie ai suoi servizi economici e al suo posizionamento strategico a Niamey, secondo i questionari compilati dal personale manageriale. La clientela del Terminus include sia viaggiatori d'affari che apprezzano i servizi essenziali offerti dalla struttura, sia turisti che vengono per divertimento, attratti dall'atmosfera accogliente e dal buon rapporto qualità-prezzo. L'Hotel Terminus è attraente per la sua capacità di soddisfare le esigenze di un pubblico diversificato, in particolare grazie alla sua flessibilità delle tariffe e alla sua attenzione al comfort degli ospiti.

Al contrario, il Radisson Blu Hotel si rivolge a un pubblico principalmente internazionale, composto da viaggiatori d'affari, diplomatici e personalità di alto profilo.

Il Noom Hotel accoglie clienti internazionali, soprattutto asiatici, con un'attenzione particolare ai viaggiatori d'affari e alle permanenze lunghe. Secondo i riscontri dei questionari, il Noom Hotel si distingue per la sua capacità di fornire pacchetti personalizzati e prezzi competitivi,

rendendolo particolarmente attraente per coloro che viaggiano per lavoro o hanno bisogno di soggiorni più lunghi a Niamey. Il personale manageriale ha sottolineato che uno dei principali motivi per cui i viaggiatori scelgono il Noom Hotel rispetto ad altre strutture di lusso è la flessibilità dei prezzi e l'offerta di pacchetti business personalizzati.

Le strutture internazionali esaminate, l'Hotel Terminus, il Radisson Blu e il Noom Hotel, hanno utilizzato strategie di revenue management che mostrano quanto sia importante adattarsi all'andamento della domanda del mercato e rispondere in modo dinamico alle diverse esigenze della clientela. Ogni organizzazione utilizza un approccio individualizzato alla gestione dei ricavi che tiene conto delle festività, delle attività aziendali e dei periodi di permanenza.

L'Hotel Terminus cambia le tariffe in base alla stagione e alla domanda del mercato, mantiene la competitività sul mercato locale e internazionale regolando i prezzi in base alle stagioni. L'Hotel Terminus offre anche una varietà di pacchetti per clienti business e privati. I clienti locali e stranieri alla ricerca di esperienze più economiche possono trovare prezzi bassi in questi pacchetti, così come sconti per soggiorni più lunghi o per gruppi aziendali. L'hotel può ottimizzare l'occupazione e rimanere competitivo rispetto alle strutture internazionali di lusso presenti a Niamey.

La strategia di pricing dinamica del Radisson Blu Hotel consente di regolare i prezzi in base alla domanda, prestando particolare attenzione agli eventi aziendali e ai lunghi soggiorni. Secondo ciò che emerge dai questionari, l'hotel si concentra su eventi di alto profilo come conferenze, *meeting* internazionali e delegazioni diplomatiche, offrendo tariffe speciali per questi eventi. La gestione delle cancellazioni al Radisson Blu, dalle risposte dei questionari risulta essere estremamente flessibile, con politiche che consentono ai clienti di modificare o cancellare le loro prenotazioni senza pagare in determinate situazioni. Questo è importante per i clienti d'affari, che spesso necessitano di cambi di programma di viaggio all'ultimo momento. Inoltre, durante le promozioni stagionali, l'hotel utilizza sconti su soggiorni prolungati o pacchetti speciali per eventi aziendali e gruppi.

Il Noom Hotel, che fa parte della catena africana Mangalis, utilizza anche un modello di pricing flessibile e presta particolare attenzione ai pacchetti business e alle prenotazioni per periodi di permanenza più lunghi. I viaggiatori d'affari e gli ospiti con soggiorni prolungati apprezzano le politiche di cancellazione flessibili, che consentono agli ospiti di annullare le loro prenotazioni senza pagare fino a 48 ore prima dell'arrivo. Il Noom Hotel mantiene un alto tasso di occupazione, soprattutto nel settore commerciale, grazie a questo approccio e alla

sua capacità di modificare i prezzi in base alle fluttuazioni del mercato e alle esigenze specifiche dei clienti.

Per concludere, le tre strutture utilizzano strategie di gestione delle entrate che cambiano in base alle esigenze del mercato. Il Radisson Blu si concentra su eventi aziendali e soggiorni prolungati, mantenendo una gestione flessibile delle cancellazioni e delle promozioni stagionali, mentre l'Hotel Terminus attrae viaggiatori d'affari e turisti *leisure* con una varietà di pacchetti e tariffe flessibili. Infine, il Noom Hotel si distingue per l'attenzione ai viaggiatori d'affari e alle lunghe permanenze offrendo tariffe competitive e politiche di cancellazione particolarmente flessibili, rendendo l'hotel attraente per le persone che cercano soggiorni di lungo periodo.

Le strutture internazionali hanno un impatto significativo sull'economia locale di Niamey, in particolare in termini di sostegno ai fornitori locali, promozione del turismo e pratiche di sostenibilità. L'hotel Terminus, il Radisson Blu e il Noom non solo offrono ottimi servizi, ma contribuiscono anche allo sviluppo economico del Niger attraverso iniziative culturali e collaborazioni locali.

Con la sua gestione internazionale, l'Hotel Terminus collabora con fornitori locali per cibo e altri servizi essenziali, risponde al questionario uno dei manager della struttura. L'hotel si rifornisce principalmente da produttori locali di frutta, verdura e altri alimenti. Grazie a queste collaborazioni, il Terminus può garantire la qualità e la freschezza del proprio cibo mentre sostiene le piccole imprese locali e promuove lo sviluppo delle attività economiche nelle vicine comunità. L'hotel consolida anche il suo ruolo di attore economico importante nella regione affidandosi a fornitori locali per servizi come la manutenzione e la logistica.

Radisson Blu Hotel si distingue per le sue pratiche di sostenibilità ambientale e collabora con fornitori locali per fornire prodotti e servizi. I riscontri dei rispondenti hanno dimostrato che l'hotel è impegnato nella riduzione dei rifiuti e nell'utilizzo di risorse energetiche sostenibili.

Il coinvolgimento del Radisson Blu in iniziative locali di sensibilizzazione e promozione del turismo sostenibile dimostra il suo impegno nel ridurre l'impatto ambientale. Queste azioni migliorano non solo la reputazione dell'hotel, ma aiutano anche a sviluppare un turismo più etico a Niamey, attirando turisti attenti all'ambiente.

L'hotel Noom combina la collaborazione con fornitori locali (vedi tabella 5.1.) con la promozione di eventi culturali africani. Questo aiuta lo sviluppo economico locale e il turismo internazionale. Secondo i questionari, il Noom Hotel è particolarmente attivo nell'organizzare

e sponsorizzare eventi che mettono in risalto la cultura africana, come mostre d'arte, concerti e manifestazioni tradizionali, migliorando la reputazione del Niger come destinazione turistica. Il Noom Hotel si impegna a sostenere il patrimonio culturale africano, attraendo i visitatori che vogliono scoprire l'autenticità del continente. Allo stesso tempo, le collaborazioni con produttori e artigiani locali per l'approvvigionamento di beni e servizi rafforzano ulteriormente l'economia locale, creando una rete economica virtuosa che coinvolge le comunità vicine.

Si evince come l'hotel Terminus, Radisson Blu e Noom utilizzino metodi diversi ma complementari per sostenere l'economia locale di Niamey. Radisson Blu incorpora politiche di sostenibilità ambientale nella sua strategia, mentre l'Hotel Terminus e l'Hotel Noom collaborano attivamente con fornitori locali per il loro approvvigionamento.

Le strutture internazionali Hotel Terminus, Radisson Blu e Noom affrontano sfide e opportunità che riflettono le dinamiche competitive del mercato alberghiero di Niamey e utilizzano strategie specifiche per mantenere e aumentare la loro rilevanza nel settore. L'Hotel Terminus deve affrontare una sfida significativa: riuscire ad essere competitiva rispetto alle altre catene di lusso di livello mondiale che si stanno espandendo a Niamey. Con la loro capacità di fornire servizi di lusso e una maggiore visibilità globale, le catene globali sono un forte concorrente per strutture come il Terminus, che si trovano in una fascia di prezzo più accessibile. Il miglioramento della visibilità online e della presenza sulle piattaforme di prenotazione internazionali, che sono strumenti essenziali per rimanere competitivi e attirare nuovi clienti, è una delle principali difficoltà dell'hotel, secondo i questionari compilati dal personale manageriale. L'Hotel Terminus potrebbe potenziare la sua competitività, espandersi a livello internazionale e posizionarsi meglio rispetto a nuove catene di lusso con una strategia di marketing digitale più efficace.

Invece, il Radisson Blu Hotel, si trova in una posizione eccezionale che gli offre numerose opportunità di crescita. L'hotel ha la possibilità di ampliare i suoi servizi per eventi di alto profilo come conferenze internazionali, riunioni aziendali e delegazioni diplomatiche, secondo i dati del questionario. L'espansione di questi servizi consentirebbe all'hotel di consolidare ulteriormente la sua posizione come luogo preferito per eventi importanti a Niamey.

Sfruttando la sua posizione come parte di una catena alberghiera africana che promuove il turismo intra-continentale, il Noom Hotel ha molte opportunità di crescita nello sviluppo di pacchetti turistici e eventi locali. Secondo i questionari, il Noom Hotel è in una buona posizione

per attirare clienti africani e stranieri che vogliono vivere esperienze autentiche e culturalmente arricchenti. L'hotel può sfruttare il suo legame con la cultura africana per creare pacchetti turistici che includono visite alle attrazioni locali, eventi culturali e manifestazioni artistiche. I turisti che vogliono scoprire il Niger in un ambiente elegante e confortevole potrebbero utilizzare questi pacchetti. Inoltre, il Noom Hotel ha l'opportunità di promuovere il Niger come un punto di riferimento per il turismo commerciale e culturale in Africa grazie alla sua attenzione al turismo internazionale.

Infine, le tre strutture internazionali hanno grandi possibilità di crescita, ma affrontano anche diverse sfide. L'Hotel Terminus deve migliorare la propria visibilità online e investire in strategie digitali per affrontare la concorrenza con le catene internazionali di lusso. Per attrarre una clientela esigente, Radisson Blu può espandere i suoi servizi per eventi di alto profilo mantenendo i suoi elevati standard di lusso. Infine, sfruttando la propria identità africana e creando pacchetti turistici e culturali attraenti una clientela sempre più ampia, il Noom Hotel ha l'opportunità di aumentare il turismo intra-continentale.

Per concludere, l'analisi delle tre strutture alberghiere internazionali ha evidenziato le loro caratteristiche uniche, le sfide affrontate e le opportunità di crescita nel mercato alberghiero di Niamey competitivo. Un quadro chiaro delle strategie e delle dinamiche operative che caratterizzano ciascuna struttura è stato creato attraverso le risposte del personale manageriale. Queste risposte hanno evidenziato le caratteristiche e le prospettive future per mantenere e rafforzare la loro posizione sul mercato.

In sintesi, queste tre strutture lavorano nello stesso luogo e affrontano problemi diversi, ma condividono la necessità di adattarsi a un mercato in rapida trasformazione. Le risposte al questionario hanno fornito una comprensione chiara delle sfide e delle opportunità per ciascuna struttura, evidenziando possibili direzioni strategiche per il futuro del settore alberghiero di Niamey.

5.3. Confronto tra le strutture locali internazionali analizzate

Domande	Grand Hotel	Hotel Ténéré	Hotel Terminus	Noom Hotel	Radisson Blu
La proprietà del vostro hotel è?	Locale (Niger)	Locale (Niger)	Internazionale (Extra-continentale)	Internazionale (Inter-continentale)	Internazionale (Extra-continentale)
Qual è la superficie totale dell'hotel?	Inferiore a 5.000 m ²	Tra 5.000 e 10.000 m ²	Tra 10.000 e 15.000 m ²	Inferiore a 5.000 m ²	Tra 15.000 e 20.000 m ²
Quanti piani ha la vostra struttura?	3 piani	3 piani	1 piano	5 piani	17 piani
Quante persone al massimo può ospitare la struttura?	Tra 100 e 200 persone	Tra 200 e 300 persone	Tra 100 e 200 persone	Tra 100 e 200 persone	Più di 300 persone
Quali servizi offre il vostro hotel?	Ristorante, Piscina, Centro Fitness, Wi-Fi, parcheggio, Servizio in camera e Sala Conferenze/riunioni	Ristorante, Piscina, Wi-Fi, Parcheggio e Servizio in camera	Ristorante, Piscina, Centro Fitness, SPA, Wi-Fi, parcheggio e Servizio in camera	Ristorante, Piscina, Centro Fitness, Wi-Fi, parcheggio, Servizio in camera	Ristorante, Piscina, Centro Fitness, SPA, Wi-Fi, parcheggio, Servizio in camera e Sala Conferenze/riunioni con Buffet

Il vostro hotel monitora le recensioni?	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì
Quali pacchetti offrite?	Romantico, Business, Famiglia e Lungo soggiorno	Romantic, Avventura, Famiglia e Lungo soggiorno	Business, Avventura, Famiglia e Lungo soggiorno	Romantico, Business, Famiglia e Lungo soggiorno	Romantico, Business, Benessere, Famiglia e Lungo soggiorno
Qual è il prezzo medio di una stanza doppia?	80.000 CFA	60.000 CFA	70.000 CFA	100.000 CFA	180.000 CFA
Qual è il periodo dell'anno in cui ci sono più clienti?	Primavera	Inverno	Primavera	Autunno	Primavera
Che tipo di clientela attrate di più?	Business	Business	Business	Business	Business
Avete condizioni di cancellazione?	Sì, cancellazione gratuita fino a 48 ore prima del check-in, Penale del 100% per No-Show e Cancellazione	Sì, cancellazione gratuita fino a 48 ore prima del check-in	Sì, cancellazione e Flessibile con Credito per Soggiorno Futuro	Sì, cancellazione gratuita fino a 48 ore prima del check-in e Cancellazione Gratuita Fino a 24 Ore Prima	Sì, cancellazione gratuita fino a 48 ore prima del check-in, Tariffa Non Rimborsabile, Penale del 100% per No-

	Gratuita Fino a 24 Ore Prima in Caso di Emergenza			in Caso di Emergenza	Show, Cancellazione Gratuita Fino a 24 Ore Prima in Caso di Emergenza
Qual è la provenienza dei vostri clienti?	Africana (no Niger)	Asiatica	Europea	Asiatica	Europa
Quali pratiche di sostenibilità ambientale attuate?	Nessuna	Nessuna	Energie rinnovabili	Riduzione dei rifiuti	Riduzione dei rifiuti, Politiche di riciclaggio, Green housekeeping e Riduzione dell'energia
Avete programmi di formazione del personale?	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì
Avete collaborazioni con fornitori locali?	Sì, per cibo, bevande e servizi per la pulizia	Sì, per cibo, bevande, kit di cortesia, servizi di pulizia e di trasporto	Sì, per cibo, bevande, servizi di pulizia e di trasporto	Sì, per servizi di trasporto	Sì, per cibo, bevande, articoli per la pulizia e servizi di trasporto

Quali strategie di marketing applicate per attirare la vostra clientela locale?	Promozioni per il weekend, Collaborazioni con Aziende Locali, Eventi e Attività Culturali, Programmi di Fidelizzazione, Offerte Speciali per Festività, Social Media e Campagne Online e Sconti per Residenti	Promozioni per il weekend, Collaborazioni con Aziende Locali, Eventi e Attività Culturali, Programmi di Fidelizzazione, Offerte Speciali per Festività, Pubblicità su media locali, Social Media e Campagne Online	Collaborazioni con Aziende Locali, Eventi e Attività Culturali, Programmi di Fidelizzazione, Offerte Speciali per Festività, Social Media e Campagne Online	Eventi culturali, Offerte speciali per Festività, Pubblicità su media locali e Media e Campagne Online	Promozioni per il weekend, Collaborazioni con Aziende Locali, Eventi e Attività Culturali, Offerte Speciali per Festività, Pubblicità su media locali, Social Media, Campagne Online e Sconti per Residenti
Quali strategie di marketing applicate per attirare la vostra clientela internazionale?	Collaborazioni con agenzie di viaggio, Marketing su Social Media Internazionali, Partecipazione a Fiere del Turismo Internazionali, Creazione di Contenuti Multilingue, Offerte per	Collaborazioni con agenzie di viaggio, Marketing su Social Media Internazionali, Offerte speciali per viaggiatori Frequenti,	Collaborazioni con agenzie di viaggio, Presenze su piattaforme online globali, Partecipazione a Fiere del Turismo Internazionali, Offerte per	Collaborazioni con agenzie di viaggio, Presenze su piattaforme online globali, Marketing su Social Media Internazionali, Partecipazione a Fiere del Turismo Internazionali, Pubblicità su	Collaborazioni con agenzie di viaggio, Presenze su piattaforme online globali, Marketing su Social Media Internazionali, Partecipazione a Fiere del Turismo Internazionali, Offerte per

	Corporate Clients e Viaggi d'Affari, Collaborazioni con Ambasciate e Organizzazioni Internazionali	Pubblicità su riviste e siti di viaggi internazionali, Offerte per Corporate Clients e Viaggi d'Affari e Collaborazioni con Ambasciate e Organizzazioni Internazionali	Corporate Clients e Viaggi d'Affari, Pubblicità su riviste e siti di viaggi internazionali, Collaborazioni con Ambasciate e Organizzazioni Internazionali	riviste e siti di viaggi internazionali, Offerte per Corporate Clients e Viaggi d'Affari e Collaborazioni con Ambasciate e Organizzazioni Internazionali	Corporate Clients e Viaggi d'Affari, Creazioni di contenuti multilingue, Collaborazioni con Ambasciate e Organizzazioni Internazionali
Avete intenzione di introdurre nuovi servizi?	Rinnovamento dei vecchi bungalows	Eventi per studenti universitari, tour turistici, giornate ricreative per agenti di organizzazioni internazionali	Nuovi servizi in programma	Nessuna risposta	Si

Le strutture locali come l'Hotel Ténéré e il Grand Hotel differiscono notevolmente dalle strutture internazionali come l'Hotel Terminus, Noom e Radisson Blu in termini di dimensioni e servizi. Il Grand Hotel ha una superficie inferiore ai 5.000 m², mentre l'Hotel Ténéré ha tra i 5.000 e i 10.000 m². In contrasto, le strutture globali sono tipicamente più grandi: Il Radisson Blu ha una superficie di 20.000 m², mentre l'Hotel Terminus ha una superficie di 10.000-15.000 m². Anche la quantità di piani è chiara: Sebbene le strutture locali siano limitate a tre piani, le strutture internazionali come il Radisson Blu possono avere fino a 17 piani.

Anche la capacità di accettazione varia: Il Grand Hotel e l'Hotel Ténéré possono ospitare da 100 a 300 persone, mentre hotel come il Radisson Blu possono ospitare più di 300 persone. Ciò è dovuto alla loro maggiore dimensione e alla loro intenzione di guardare ad un pubblico più ampio. Le differenze sono evidenti nei servizi. Il ristorante, la piscina, il Wi-Fi e il parcheggio sono alcuni dei servizi standard disponibili nelle strutture locali. Invece, le strutture internazionali offrono servizi più lussuosi, come SPA, sale conferenze con buffet, oltre a centri fitness e altre comodità, per offrire un'esperienza di soggiorno più completa.

Il prezzo è un fattore importante. Le strutture internazionali, in particolare il Radisson Blu, hanno prezzi significativamente più alti, con una media di 180.000 CFA per stanza doppia. Al contrario, nelle strutture locali, il prezzo medio è di 60.000 a 80.000 CFA. Questa disparità è probabilmente dovuta ai servizi e alla varietà di clienti e all'esperienza. Inoltre, le strutture locali non prestano attenzione per quanto riguarda le pratiche di sostenibilità, mentre le strutture internazionali sono più impegnate con la riduzione dei rifiuti, le politiche di riciclaggio e l'utilizzo di energie rinnovabili, come indicato nelle risposte ai questionari.

Infine, dal punto di vista del marketing, sia le strutture locali che internazionali utilizzano strategie simili per attrarre clienti locali, come promozioni per il weekend e collaborazioni con aziende locali. Tuttavia, le strutture internazionali si distinguono utilizzando campagne globali e partecipando a fiere del turismo internazionali per attirare visitatori da tutto il mondo.

CONCLUSIONI

Questa tesi ha esaminato in modo ampio il quadro del turismo in Niger e si è focalizzata sulle differenze tra le strutture ricettive locali e internazionali in modo tale da riuscire a comprendere il ruolo strategico che l'ospitalità turistica ricopre nella promozione dello sviluppo dell'industria turistica nel Paese. Lo studio si è soffermato sulla gestione dei ricavi. Dai risultati è emerso come le strutture locali giochino un ruolo rilevante nel preservare e promuovere l'autenticità culturale del Niger.

Le strutture locali, pur offrendo un numero ridotto di servizi rispetto a quelle internazionali, sostengono l'economia locale e la conservazione delle tradizioni, in questo modo sono più integrate nel tessuto sociale ed economico della comunità. Le grandi catene alberghiere internazionali, invece, ottimizzano i loro profili agli occhi dei clienti internazionali spesso a scapito di un minor coinvolgimento con le comunità locali.

Lo studio ha riscontrato che l'innovazione tecnologica riveste un ruolo primario per una migliore gestione delle strutture ricettive locali. In particolare, l'adozione di sistemi di revenue management più avanzati potrebbe consentire agli albergatori locali di aumentare le entrate ed essere più competitivi sul mercato globale.

Infine, per il futuro del turismo in Niger, sarà fondamentale trovare un modo per equilibrare la promozione delle strutture locali e lo sviluppo di infrastrutture contemporanee che possano attirare un maggior numero di turisti stranieri. La promozione del turismo sostenibile, che si concentra sull'autenticità culturale e sulla conservazione dell'ambiente, rappresenta una grande opportunità per il Niger di distinguersi nel settore turistico internazionale e allo stesso tempo generare benefici economici per le comunità locali per un lungo periodo di tempo.

Limitazioni della ricerca

La ricerca presenta alcune limitazioni, ma i risultati sono comunque utili per comprendere il ruolo delle strutture ricettive nel turismo nigerino. In primo luogo, la mancanza di dati qualitativi ha reso difficile approfondire alcune dinamiche interne alle strutture locali. Inoltre, la dimensione del campione analizzato è stata ridotta a causa della scarsità di risposte da parte

dei manager delle strutture, dovuta agli impegni operativi o, in alcuni casi, alla mancanza di un sito web attivo o di un'e-mail funzionante per poter contattare la struttura. Alcuni contatti manageriali degli hotel sono stati raggiunti telefonicamente e ho inviato loro il questionario tramite WhatsApp. Ho ottenuto i loro recapiti tramite il direttore dell'Istituto Internazionale di Gestione del Turismo e dell'Ospitalità.

In secondo luogo, la ricerca si è concentrata principalmente su strutture di medio-alto livello (escludendo quelle con meno di quattro stelle), il che ha limitato l'analisi dell'intero panorama ricettivo del Nigeria. Infine, un confronto aggiornato con altre località turistiche africane è diventato più difficile a causa della mancanza di dati recenti a livello nazionale.

Nonostante ciò, queste complessità consentono ricerche future che possono risolvere tali lacune, esaminando questioni come gli effetti delle strutture ricettive e lo sviluppo di metodi di gestione dei ricavi più accessibili per gli albergatori locali.

APPENDICI

Questionario somministrato per la ricerca versione italiana

29/09/24, 16:37

Indagini sulle pratiche di gestione alberghiera

Indagini sulle pratiche di gestione alberghiera

Gentile direzione, sono Souleymane Souley Seydou, un ragazzo di origine nigerina che vive e studia in Italia presso l'Università Ca' Foscari di Venezia. Attualmente sto frequentando il corso di Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici e per la mia tesi di laurea sto conducendo un'analisi tra le strutture ricettive a Niamey. Ho selezionato il vostro Hotel per la ricerca e vorrei farvi qualche domanda al fine di poter avere una visione più completa per la mia tesi di laurea.

Lo scopo del questionario è quello di condurre un'analisi comparativa tra strutture locali e internazionali. La domanda di ricerca alla quale miro rispondere è quali siano le principali sfide operative che gli hotel 4 stelle di Niamey affrontano e come le gestiscono. Il questionario durerà 5 min circa e vi sarei grato se riusciste a compilarlo.

Finita la tesi sarò lieto di inviarvene una copia

1. Email *

2. La proprietà del vostro Hotel è?

Contrassegna solo un ovale.

- Locale (Niger)
- Internazionale (inter-continentale)
- Internazionale (extracontinentale)

3. Quale è la superficie totale dell'Hotel?

Contrassegna solo un ovale.

- meno di 5 000 m²
- tra i 5000 m² e i 10 000 m²
- tra 10 000 m² e i 15 000 m²
- tra 15 000 m² e i 20 000 m²
- Altro: _____

4. Quanti piani ha la vostra struttura ?

Contrassegna solo un ovale.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 7
- 8
- 9
- 10
- Altro: _____

5. Quante persone al massimo può ospitare la struttura?

Contrassegna solo un ovale.

- Meno di 100 persone
- Tra 100 e 200 persone
- Tra 200 e 300
- Più di 300
- Altro: _____

6. Quali servizi offre il vostro hotel?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Ristorante
- Piscina
- Centro Fitness
- SPA
- Wi-Fi
- Parcheggio
- Servizio in camera
- Altro: _____

7. Il vostro hotel monitora le recensioni?

Contrassegna solo un ovale.

- Sì
- No

8. Qual è il periodo dell'anno in cui ci sono più clienti?

Contrassegna solo un ovale.

- Autunno
- Inverno
- Primavera
- Estate

9. Avete la possibilità di fornire pacchetti?

Contrassegna solo un ovale.

- Sì
- No

10. Se sì, quali?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Pacchetto Weekend Romantico (pernottamento, cena, accesso SPA, colazione, late check-out)
- Pacchetto Business (pernottamento, colazione, utilizzo sala riunioni, navetta da/per l'aeroporto)
- Pacchetto Benessere (pernottamento, accesso SPA, accesso centro fitness)
- Pacchetto Avventura (pernottamento, colazione, escursioni guidate, pranzo al sacco)
- Pacchetto Famiglia (pernottamento, colazione a buffet, attività per bambini, accesso piscina)
- Pacchetto Lungo Soggiorno (sconto per soggiorni superiori a 7 notti, colazione, servizio lavanderia)
- Altro: _____

11. Qual è il prezzo medio di una stanza doppia?

12. Avete delle politiche di cancellazione?

Contrassegna solo un ovale.

- Sì
- No

13. Se sì, quali?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Cancellazione Gratuita fino a 48 Ore Prima del Check-In
- Cancellazione Gratuita fino a 7 Giorni Prima del Check-In
- Tariffa Non Rimborsabile
- Cancellazione Flessibile con Credito per Soggiorno Futuro
- Penale del 100% per No-Show
- Cancellazione Gratuita Fino a 24 Ore Prima in Caso di Emergenza
- Altro: _____

14. Che tipo di clientela attirate di più?

Contrassegna solo un ovale.

- Business
- Leisure
- Altro: _____

15. Qual è la provenienza principale dei vostri clienti?

Contrassegna solo un ovale.

- Locale (del Niger)
- Africana (no Niger)
- Europea
- Americana
- Asiatica
- Oceanica

16. Quali pratiche di sostenibilità ambientale attuate?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Energie rinnovabili
- Riduzione dei rifiuti
- Politiche di riciclaggio
- Nessuna
- Altro: _____

17. Avete dei programmi di formazione del personale?

Contrassegna solo un ovale.

- Sì
- No

18. Avete collaborazioni con fornitori locali?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Sì, per gli alimenti
- Sì, per la bevande
- Sì, per i kit di cortesia (sapone, gel doccia, shampoo ecc..)
- Sì, per i servizi di pulizia
- Sì, per servizi di trasporto (noleggio auto/bici, taxi ecc.)
- Altro: _____

19. Che strategie di marketing applicate per attirare la vostra clientela locale?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Promozioni per il Weekend
- Collaborazioni con Aziende Locali
- Eventi e Attività Culturali
- Programmi di Fidelizzazione
- Offerte Speciali per Festività e Ricorrenze
- Pubblicità sui Media Locali
- Social Media e Campagne Online
- Sconti per Residenti
- Altro: _____

20. Che strategie di marketing applicate per attirare la vostra clientela internazionale?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Collaborazioni con Agenzie di Viaggi e Tour Operator Internazionali
- Presenza su Piattaforme di Prenotazione Online Globali
- Marketing su Social Media Internazionali
- Partecipazione a Fiere del Turismo Internazionali
- Offerte Speciali per Viaggiatori Frequenti e Programmi di Fidelizzazione Internazionali
- Creazione di Contenuti Multilingue
- Pubblicità su Riviste e Siti di Viaggi Internazionali
- Pacchetti Esperienziali e Tematici
- Offerte per Corporate Clients e Viaggi d'Affari
- Collaborazioni con Ambasciate e Organizzazioni Internazionali
- Altro: _____

21. Avete intenzione di introdurre nuovi servizi?

Contrassegna solo un ovale.

- Sì
- No

Vi ringrazio per il vostro tempo

Desidero esprimervi la mia sincera gratitudine per aver dedicato del tempo alla compilazione di questo questionario. Le vostre risposte sono estremamente preziose per la mia ricerca e contribuiranno in modo significativo alla mia tesi sugli alberghi in Niger.

Grazie ancora per il vostro contributo e la vostra collaborazione.

Questi contenuti non sono creati né avallati da Google.

Google Moduli

Enquête sur les pratiques de gestion hôtelière

Chère Direction, je suis Souleymane Souley Seydou, un jeune homme d'origine nigérienne qui vit et étudie en Italie à l'Université Ca' Foscari de Venise. Je suis actuellement le cours de Développement Interculturel des Systèmes Touristiques et, pour ma thèse, j'effectue une analyse des structures d'hébergement à Niamey. J'ai choisi votre hôtel pour la recherche et j'aimerais vous poser quelques questions afin d'avoir une vision plus complète pour ma thèse

de fin d'études.

L'objectif du questionnaire est de réaliser une analyse comparative entre les établissements locaux et internationaux. La question de recherche à laquelle je souhaite répondre est quels sont les principaux défis opérationnels auxquels les hôtels 4 étoiles de Niamey sont confrontés et comment ils les gèrent. Le questionnaire prendra environ 5 minutes et je vous serais reconnaissant de bien vouloir le remplir.

Une fois la thèse terminée, je serai heureux de vous en envoyer une copie.

1. Email *

2. La propriété de votre hôtel est?

Contrassegna solo un ovale.

- Local (Niger)
- International (Inter-continental/Afrique)
- International (Extra-continental/ No Afrique)

3. Quelle est la surface totale de l'hôtel?

Contrassegna solo un ovale.

- Inférieure à 5 000 mètres carrés
- Entre 5 000 et 10 000 mètres carrés
- Entre 10 000 et 15 000 mètres carrés
- Entre 15 000 et 20 000 mètres carrés
- Altro: _____

4. Combien d'étages compte la structure ?

Contrassegna solo un ovale.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- Altro: _____

5. Combien de personnes l'hôtel peut-il accueillir ?

Contrassegna solo un ovale.

- Moins de 100 personnes
- Entre 100 et 200 personnes
- Entre 200 et 300 personnes
- Plus de 300 personnes
- Altro: _____

6. Quels sont les services offerts par l'établissement ?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Restaurant
- Piscine
- Centre de remise en forme
- SPA
- Wi-Fi
- Parking
- Service en chambre
- Altro: _____

7. Votre hôtel surveille-t-il les commentaires ?

Contrassegna solo un ovale.

- Oui
- Non

8. Quelle est la période de l'année la plus chargée pour les clients ?

Contrassegna solo un ovale.

- Automne
- Hiver
- Printemps
- Été

9. Avez-vous la possibilité de proposer des forfaits ?

Contrassegna solo un ovale.

- Oui
- Non

10. Si oui, lesquels ?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Forfait Week-End Romantique (nuitée, dîner, accès SPA, petit-déjeuner, départ tardif)
- Forfait Business (nuitée, petit-déjeuner, utilisation de la salle de réunion, navette depuis/vers l'aéroport)
- Forfait Bien-Être (nuitée, accès SPA, accès centre de fitness)
- Forfait Aventure (nuitée, petit-déjeuner, excursions guidées, panier-repas)
- Forfait Famille (nuitée, petit-déjeuner buffet, activités pour enfants, accès piscine)
- Forfait Long Séjour (remise pour les séjours de plus de 7 nuits, petit-déjeuner, service de blanchisserie)
- Altro: _____

11. Quel est le prix moyen d'une chambre double ?

12. Avez-vous des conditions d'annulation ?

Contrassegna solo un ovale.

- Oui
- Non

13. Si oui, lesquels ?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Annulation Gratuite jusqu'à 48 Heures avant le Check-In
- Annulation Gratuite jusqu'à 7 Jours avant le Check-In
- Tarif Non Remboursable
- Annulation Flexible avec Crédit pour Séjour Futur
- Pénalité de 100 % pour No-Show
- Annulation Gratuite jusqu'à 24 Heures en Cas d'Urgence
- Altro: _____

14. Quel type de clients attirez-vous le plus ?

Contrassegna solo un ovale.

- Business
- Leisure
- Altro: _____

15. D'où viennent la plupart de vos clients ?

Contrassegna solo un ovale.

- Local (du Niger)
- Africains (no Niger)
- Européen
- Américaine
- Asiatique
- Océanique

16. Quelles pratiques de durabilité environnementale ont été mises en place?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Énergies renouvelables
- Réduction des déchets
- Politiques de recyclage
- Aucune
- Altro: _____

17. Proposez-vous des programmes de formation du personnel ?

Contrassegna solo un ovale.

- Oui
- Non

18. Avez-vous des partenariats avec des fournisseurs locaux ?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Oui, pour l'alimentation
- Oui, pour la boisson
- Oui, pour les articles de toilette (savon, gel douche, shampoing)
- Oui, pour les services de nettoyage
- Oui, pour les services de transport (location de voitures, taxis, etc.)
- Altro: _____

19. Quelles stratégies de marketing mettez-vous en œuvre pour attirer les clients locaux ?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Promotions pour le Week-End
- Collaborations avec des Entreprises Locales
- Événements et Activités Culturelles
- Programmes de Fidélisation
- Offres Spéciales pour les Fêtes et Célébrations
- Publicité dans les Médias Locaux
- Médias Sociaux et Campagnes en Ligne
- Réductions pour les Résidents
- Altro: _____

20. Quelles stratégies de marketing mettez-vous en œuvre pour attirer les clients internationaux ?

Seleziona tutte le voci applicabili.

- Collaborations avec des Agences de Voyage et Tour Operators Internationaux
- Présence sur les Plateformes de Réservation en Ligne Globales
- Marketing sur les Réseaux Sociaux Internationaux
- Participation aux Salons du Tourisme Internationaux
- Offres Spéciales pour les Voyageurs Fréquents et Programmes de Fidélisation Internationaux
- Création de Contenus Multilingues
- Publicité dans les Magazines et Sites de Voyage Internationaux
- Forfaits Expérientiels et Thématiques
- Offres pour les Clients Corporatifs et Voyages d'Affaires
- Collaborations avec les Ambassades et Organisations Internationales
- Altro: _____

21. Avez-vous des projets d'expansion de l'hôtel ? L'introduction de nouveaux services ou l'amélioration des installations existantes ?

Vai alla sezione 2 (Je vous remercie pour le temps que vous m'avez consacré).

Je vous remercie pour le temps que vous m'avez consacré

Je tiens à vous exprimer ma sincère gratitude pour avoir pris le temps de répondre à ce questionnaire. Vos réponses sont extrêmement précieuses pour ma recherche et contribueront de manière significative à ma thèse sur les hôtels au Niger.

Merci encore pour votre contribution et votre coopération.

Questi contenuti non sono creati né avallati da Google.

Google Moduli

BIBLIOGRAFIA

- Ambe J. Njoh, 2006, *The Role and Goals of the State in Urban Development in Niger*
- Amy Liu e Geoffrey Wall, 2006, *Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective.*
- Andrea Ellero, 2023, *Appunti corso di Revenue Management*
- Anna Spenceley, 2008, *Responsible Tourism: Critical Issues for Conservation and Development*
- Anna Spenceley, 2010, *Tourism Product Development Interventions and Best Practices in Sub-Saharan Africa*
- Antonino Viviani, 2019, *Revenue Management, Un sistema di sviluppo turistico per le destinazioni*
- Audrey Boucksom, 2009, *Arts "touristiques" en Afrique et consommateurs Occidentaux: le cas de l'artisanat d'art au Niger*
- Aurelio G. Mauri, 2016, *Pricing and revenue management in hotel chains*
- Badassa Tadasse, Christian Nsiah e Bichaka Fayissa, 2007, *The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa*
- Banca Mondiale, 2023, *Popolazione totale: Niger*. Recuperato da [World Bank](#)
- Benjamin E. Thomas, 1952, *Modern Trans-Saharan Routes*
- Christian M. Rogerson e Goustav Visser ,2017, *Tourism Development in Sub-Saharan Africa: Progress and Challenges*
- Christian M. Rogerson e Jayne M. Rogerson, 2021, *Africa's Capital Cities: Tourism Research in Search of Capitalness*
- Codice del Turismo, D. Lgs. 23 maggio 2011, n. 79, art. 8, comma 2.
- Daniele Molteni,2023, *Burkina Faso, Mali e Niger: la nuova alleanza militare nel Sahel*
- Dimitrios Buhalis, 2003, *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*

Douwe Dirk Sierag, 2017, *Revenue Management in the Hotel Industry: from practice to theory*

E. Sheryl Kimes, 2003, *Revenue Management: A Retrospective. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*

Emmanuel Grégoire et Marko Scholze, 2012, *Identité, imaginaire et tourisme en pays touareg au Niger*

Emmanuel Grégoire, 2006, *Tourisme culturel, engagement politique et actions humanitaires dans la région d'Agadès*

Encyclopedia Britannica, 2024, *Niger River*

Enrique Bigne, Juan Luis Nicolau e Edu William, 2021, *Advance booking across channels: The effects on dynamic pricing*

François Demoulin, 1953, *Un centenaire Saharien: L'exploration de Barth*

Giraffe Conservation Foundation, 2024, *West African giraffe are going from strength to strength*

Harold Goodwin, 2007, *Measuring and Reporting the Impact of Tourism on Poverty*

Heba Abdel Aziz, Mohamed Saleh, Mohamed H. Rasmy e Hisham ElShishiny, 2011, *Dynamic room pricing model for hotel revenue management systems*

Hosts a Global Community

Iain Christie, Eleanora Fernandes, Hannelore Messerli e Louise Twining-Ward, 2004, *Tourism in Africa: Harnessing Tourism for Growth and Improved Livelihoods*

Ikechukwu O. Ezeuduji, 2015, *Strategic event-based rural tourism development for sub-Saharan Africa*

Iryna Melnyk e Marta Barna, 2022, *Pricing strategies in the revenue management system of hotel enterprises*

Jean-Noël Kapferer, Cindy Klippert & Lara Leproux, *Does luxury have a minimum price?*

Jonathan Mitchell, Caroline Ashley, 2009, *Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity*

José Guadix, Pablo Cortés, Luis Onieva e Jesús Muñuzuri, 2010, *Technology revenue management system for customer groups in hotels*

Karolbag, 2024, *Discover the incredible natural and cultural beauty of Niger: the Sahara Desert, the Cure Salée Festival, the historic cities of Zinder and Maradi, and the magnificent Koure Falls*

Katalin Cser, 2008, *World Practices of Hotel Classification Systems*

Kenneth F. Backman e Ian E. Munanura, 2017, *Ecotourism in Sub-Saharan Africa*

Kim Doan, 2013, *Rate strategy and electronic distribution channels in hotel revenue management*

Lawali Dambo, Maman Waziri Mato, Département de Géographie, Université de Zinder, Niger et Elhadji Maman Moutari, 2014, *Insecurity and generalized political crises*

Luca Raineri, 2018, *Human smuggling across Niger: state-sponsored protection rackets and contradictory security imperatives*

M. Bourrie, Chetan Sankar, L.A. Jones-Farme, 2015, *The Role of Online Travel Agents (OTAs) in Hotel Distribution Channels*

Mahalia Lassibille, 2006, *Les danses woDaaBe entre spectacles touristiques et scènes internationales: les coulisses d'une migration chorégraphique*

Marina Novelli, Emmanuel Akwasi Adu-Ampong Wageningen e Manuel Alector Ribeiro, 2021, *Routledge Handbook of Tourism in Africa*

Marko Scholze e Ingo Bartha, 2004, *Trading cultures: Berbers and Tuareg as souvenir vendors*

Marko Scholze, 2009, *Moderne nomaden und fliegende händler: Tuareg und tourismus in Niger*

Ministero dell'Ambiente, della Salubrità Urbana e dello Sviluppo Sostenibile del Niger, 2020, *Plan de Gestion de la Réserve de Biosphère du W (Composante Du Niger)*

Mwangi John Kariuki, 2008, *An evaluation of accommodation challenges faced by seasonal commercial workers during tourism peak season in Malindi town, Kenya*

Nazioni Unite, 2023, *UN Data: Niger*. Recuperato da [UN Data](#)

Ogechi Adeola e Olaniyi Evans, 2018, *Digital tourism: mobile phones, internet and tourism in Africa*

Oussouby Sacko, 2021, *The involvement of local communities in the conservation process of earthen architecture in the Sahel*

Panaratch Maneesophon e Naragain Phumchusri, 2013, *Overbooking Models for Hotel Revenue Management*

Peter Jones e Andrew Lockwood, 2004, *The Management of Hotel Operations*

Pierre-Antoine Landel, Laurent Gagnol and Mari Oiry-Varacca, 2014, *Territorial resources and tourist destinations: couples with a bright future?*

Pilar Talón-Ballester, Marta Nieto-García e Lydia González-Serrano, 2022, *The wheel of dynamic pricing: Towards open pricing and one to one pricing in hotel revenue management*

Rebecca Cheruon, Rose Burugu e Thomas Bor, 2015, *Eco-Lodges, a Future for Sustainable Tourism in Kenya*

République du Niger, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, 2024, *Document de la Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme (Snddt) et son Programme D'actions Prioritaires*

Robert B. Richardson, 2010, *The Contribution of Tourism to Economic Growth and Food Security*

Robert Cross, 1997, *Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market Domination*

Robert G. Cross, Jon A. Higbie e David Q. Dax Cross, 2008, *Revenue Management's Renaissance: A Rebirth of the Art and Science of Profitable Revenue Generation*

Roberto Necci, 2024, *La variabilità dei ricavi negli alberghi: gestione stagionale, costi e strategia di marketing*

Sarah Gafarou, 2020, *Tourism development in Niger Challenges and opportunities*

Scott M. Youngstedt, 2008, *The 5th Francophonie Sports and Arts Festival: Niamey, Niger*

Sergio Moreno-Gil and Josefa D. Martín-Santana, 2013, *The influence of motivations on the image of non-hotel tourist accommodation offering*

Sheryl E. Kimes, 2017, *The Future of Hotel Revenue Management*

UNESCO, 2020, *The Sahara of cultures and people: towards a strategy for the sustainable development of tourism in the Sahara, in the context of combating poverty*

UNESCO, 2024, *Niger - UNESCO World Heritage Convention*

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO, *Riserva della biosfera transfrontaliera*

UNWTO, 2018, *Tourism for Development in Africa*

World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism and Sustainability*

Zoological Society of London, *Conservation in Termit Tin Toumma, Niger*

RINGRAZIAMENTI

Non è stato facile riuscire ad arrivare fino qui, al raggiungimento di quest'ultimo traguardo universitario. Innanzitutto, ci tengo a ringraziare Allah per avermi sostenuto e guidato fino a questo punto. Nonostante la mia giovane età, la mia vita non è stata facile, mi è capitato di sbagliare numerose volte e di dover affrontare le conseguenze di questi errori. Grazie ad Allah non mi sono mai arreso e grazie alla sua volontà sono stato accerchiato da un sacco di persone che mi vogliono bene, mi sostengono e mi accompagnano ad ogni mio passo.

Tra queste persone ci sono i miei famigliari, i miei genitori, Abdoul Hazizou e Mariama sono sempre stati dalla mia parte, si sono impegnati nel darmi una buona educazione insegnandomi i valori che ora mi rendono uomo e mi aiutano a superare la maggior parte degli ostacoli che mi trovo davanti. Ci tengo a ringraziare mia sorella Aissa che è sempre stato un punto di riferimento per me. Penso che non ci sia persona al mondo che abbia un cuore puro come il suo e per questo sono fierissimo di essere il suo *lil bro*. Ringrazio anche Mariama e Mouhammad i miei bellissimi nipotini di 5 e 4 anni, grazie a loro, ogni volta che affrontavo una giornata triste e difficile, il loro sorriso e la loro vivacità mi tiravano su di morale. Un ringraziamento speciale va a Fatima, la mia sorellina, anche se non è in grado di dimostrarmi un minimo di affetto sono sicuro che mi vuole bene, e che nel suo piccolo è sempre dalla mia parte.

Ora parliamo di Gloria, la mia ragazza, ho avuto l'immensa fortuna di conoscerla all'inizio della mia magistrale e da lì non ci siamo mai staccati. Grazie alle sue attenzioni e al suo grande amore mi è stata vicina ed è sempre riuscita a darmi ottimi consigli per affrontare ogni cosa. Nei momenti di gioia è sempre stata presente e, condividere questi momenti con lei con lei ha sempre raddoppiato la mia felicità. Negli attimi bui era sempre lì e grazie alla sua empatia è stata capace di assorbire parte del mio dolore e dimezzarlo grazie alle sue parole e il suo conforto. Lei per me è fondamentale e spero di poter raggiungere molti altri obiettivi insieme a lei e di poter ricambiare il prima possibile.

Ci tengo a ringraziare Francesca, da poco mamma del secondo figlio. Francesca è una mia carissima amica che mi è stata vicino, mi ha sostenuto e mi ha fatto iscrivere all'università, in un momento in cui ero perso, e la mia vita andava male. Senza la sua amicizia avrei fatto metà

delle cose che ho fatto ora e grazie ai suoi insegnamenti sono riuscito a crescere molto. Sarò sempre indebitato con lei, mi ha letteralmente salvato la vita.

Ora è il momento di ringraziare i miei amici di *zona*, amici che conosco da oltre 15 anni e che ci sono sempre stati. Tutt'ora sono persone importanti per la mia vita. Ringrazio Giulio che per me è praticamente un fratello, tant'è che ormai la sua famiglia è anche la mia, grazie anche a loro, Silvia, Claudio e Anna. Ringrazio Paul G., la persona più generosa che conosco, lo ringrazio per le immense risate, per il suo ascolto e per la sua presenza. Ci tengo a ringraziare Mario, ha sempre creduto in me e mi ha sempre lodato ad aiutato a credere di più a me stesso. Ringrazio anche Latiff, Pilo, Sciarro e Lodo, anche loro amici da una vita che mi hanno sempre aiutato qualora avessi bisogno.

Spostiamoci a Venezia adesso, per cominciare devo ringraziare il gruppo "libro d'inglese", composto da Alice e Martina. Sono le compagne di corso con cui ho legato di più nel corso della magistrale e in poco tempo sono diventate amiche fantastiche.

Ci tengo a ringraziare Elisa, anche lei una collega di università che in poco tempo è diventata mia amica. Grazie per i consigli, per le risate e per gli aperitivi.

Poi ci sono altre due persone che vorrei ringraziare, persone che ho avuto la possibilità di conoscere in poco tempo durante il loro Erasmus qui a Venezia. Il primo è il mio carissimo amico Tom, siamo sempre in contatto e nei momenti felici o grigi riesce sempre a farmi sbaccanare dalle risate. L'altra persona è la mia amica Leonie, persona gentilissima e che è stata fondamentale nel motivarmi a finire la tesi per tempo.

Non posso non ringraziare i miei colleghi e amici Ester, Alberto, Alina e Mansur grazie alle infinite risate, ai momenti costruttivi e alle cene tradizionali!

Grazie a Karim, Abu e Mame che sono i miei amici e la mia famiglia qui a Venezia, non c'è bisogno di parole per esprimere quanto io sia grato di averli come parte della mia vita.

Dulcis in fundo, grazie al mio relatore per avermi indirizzato e guidato nella stesura della tesi, lo scalino più alto, dal mio punto di vista per poter raggiungere la laurea. Grazie!

Sono certo di essermi dimenticato qualcuno, spero nessuno si offenda, ringrazio anche le persone che mi sono scordato di citare!