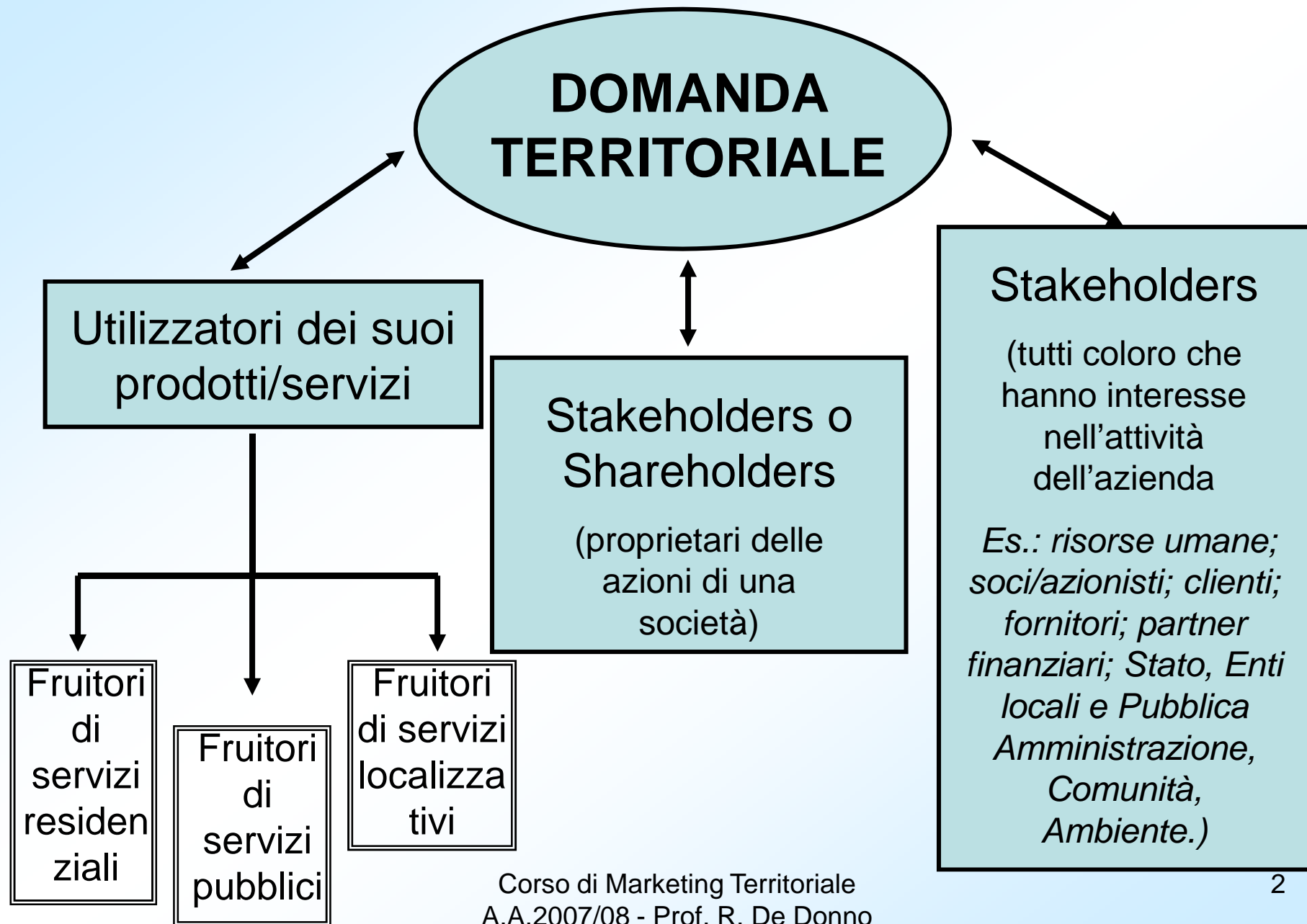


ANALISI DELLA DOMANDA INTERNA ED ESTERNA DEL TERRITORIO



Segmentazione della domanda di territorio

		NATURA DELL'UTENTE	
		Imprese	Persone fisiche
PRESENZA NEL TERRITORIO	DOMANDA INTERNA	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese sul territorio • Organizzazioni economiche locali • 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadini • Lavoratori locali •
	DOMANDA ESTERNA	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese esterne • Investitori finanziari • 	<p>COMMUTERS (pendolari che si spostano dalla periferia al centro)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turisti • Nuovi residenti •

DOMANDA INTERNA

Soggetti economici e persone che risiedono nel territorio

DOMANDA ESTERNA

Organizzazioni economiche alla ricerca di opportunità di insediamento per le loro attività produttive e persone che cercano un nuovo luogo di residenza, di lavoro, di svago

Obiettivi del marketing territoriale verso la domanda interna

Mantenere le imprese esistenti rafforzandone le competitività

Favorire lo sviluppo di nuove realtà produttive

Aumentare e migliorare l'occupazione locale e dunque la capacità di produrre reddito

Sviluppare la domanda endogena di competenze e dunque accrescere la qualificazione dei lavoratori

Migliorare le condizioni di fruizione del territorio per i residenti

Funzioni del marketing territoriale rispetto alla domanda esterna

Posizionamento
dell'offerta territoriale

Adeguamento
dell'offerta attraverso
interventi sulle sue
componenti,
sull'immagine del
territorio e sulle modalità
di collegamento tra
domanda e offerta

