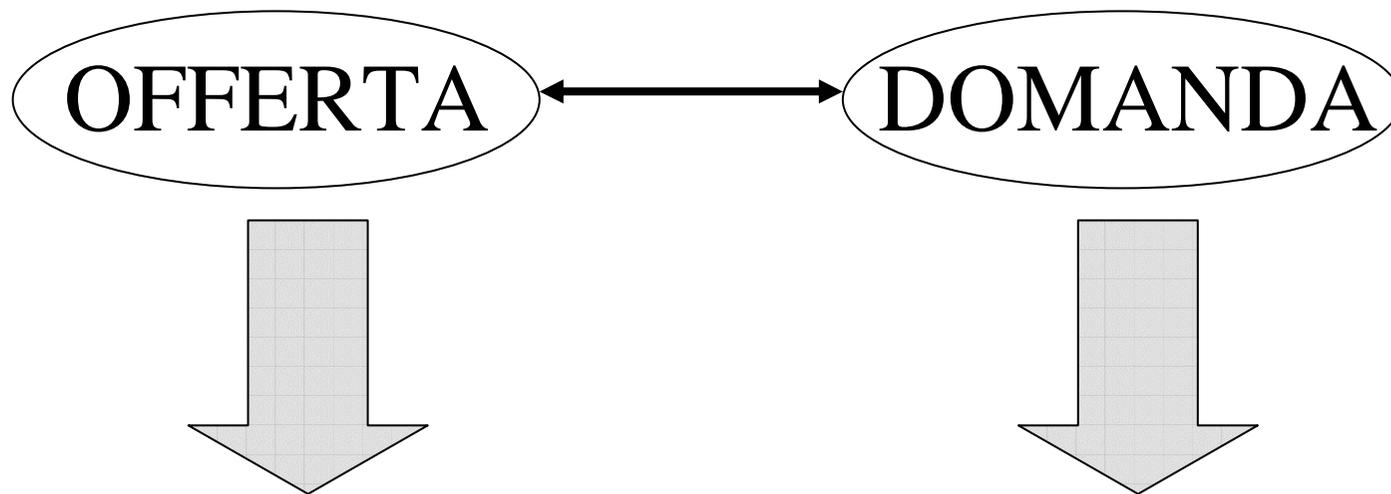


IL MARKETING DI UN TERRITORIO: ALCUNE INDICAZIONI



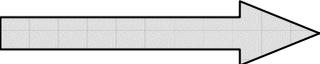
Reggio Emilia, 5 marzo 2007

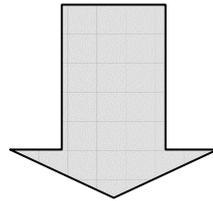
IL MARKETING: IL RAPPORTO OFFERTA/DOMANDA



- QUALI SONO I FATTORI DI OFFERTA/DOMANDA PER UNA CITTA'?
- COME CAMBIANO?
- QUALI LE DINAMICHE?

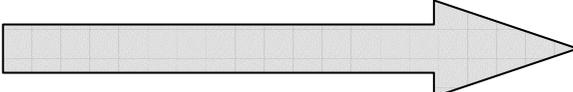
UNA CITTA' O MOLTE CITTA'?

CITTA'  DA ENTITA' UNICA



A

- MULTICULTURA
- MULTIETNIA
- MULTICENTRO
-

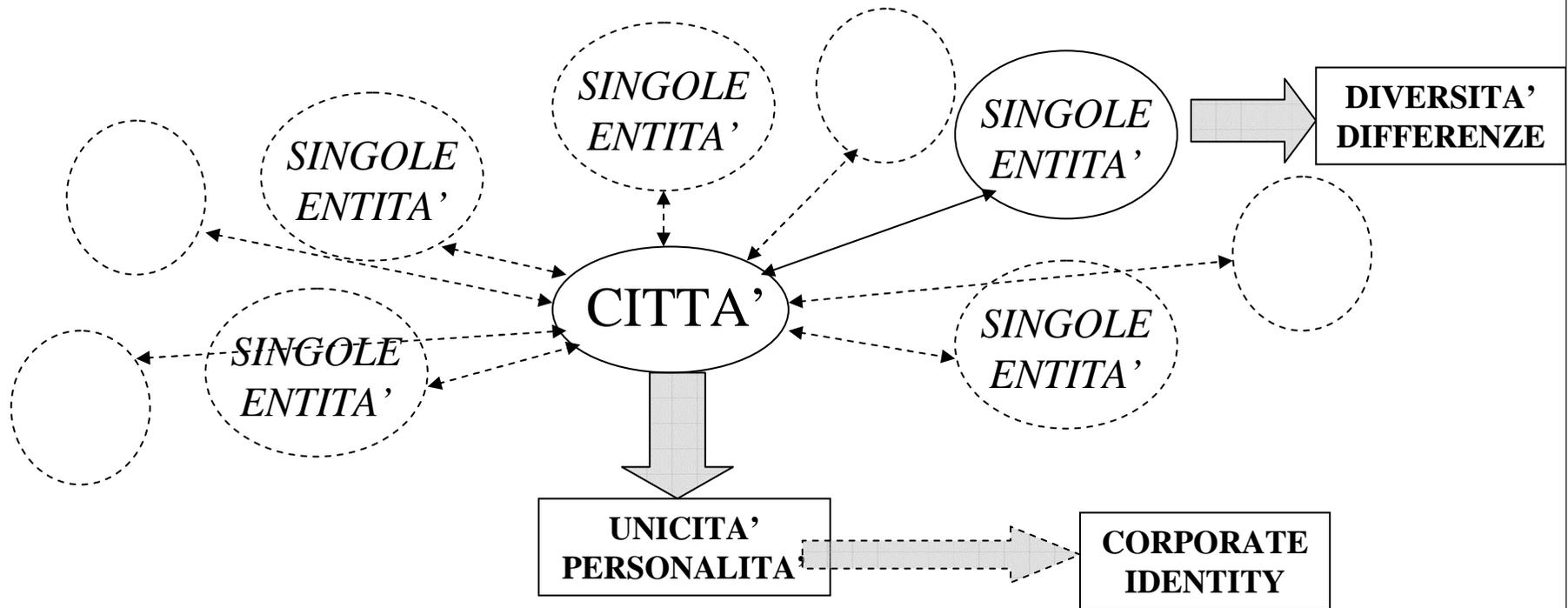
UNA CITTA'  MOLTE CITTA'

UNA CITTA' O MOLTE CITTA'?



- LE CITTA' VANNO, QUINDI, VERSO UNA FRAMMENTAZIONE?
- VERSO, CIOE', UNA PERDITA DI IDENTITA', A VANTAGGIO DELLE LORO COMPONENTI?

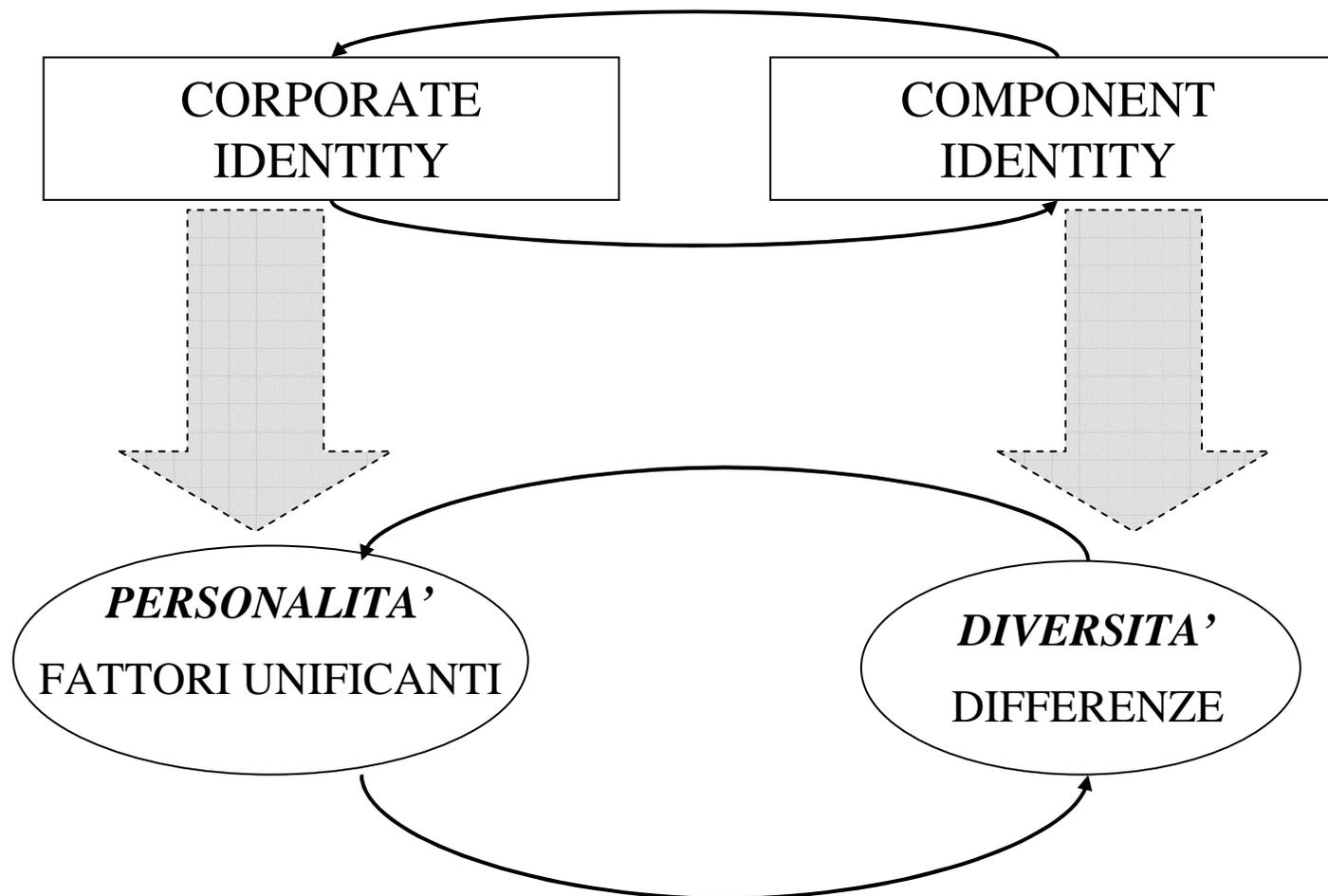
UNA CITTA' O MOLTE CITTA'?



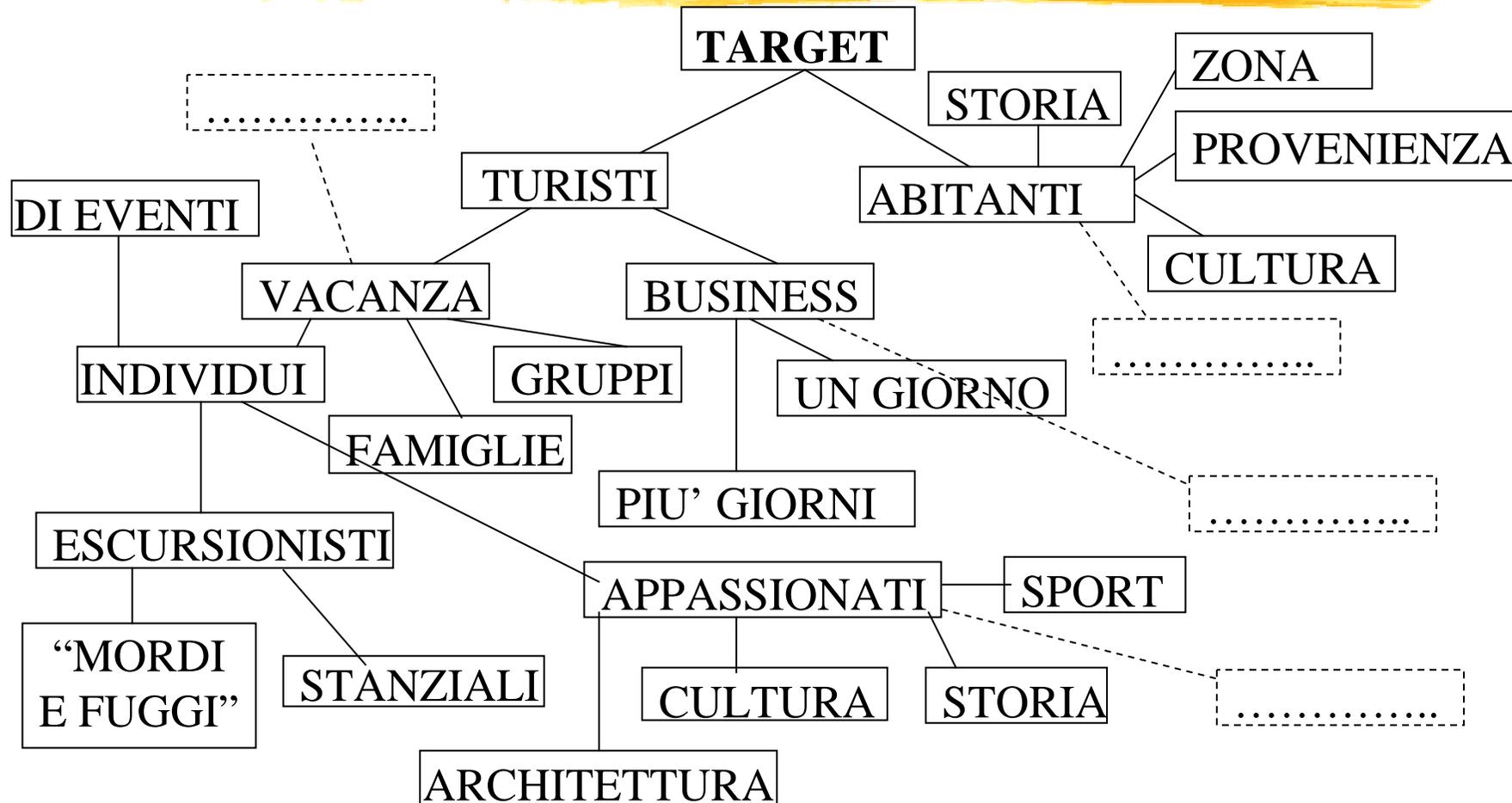
**LE DIVERSE COMPONENTI DELLA CITTA' VIVONO ALL'INTERNO
DI UNA SOLA UNITA' SISTEMA**

MOLTE CITTA' → UNA CITTA'

UN CIRCOLO VIRTUOSO

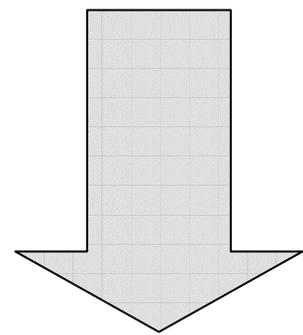
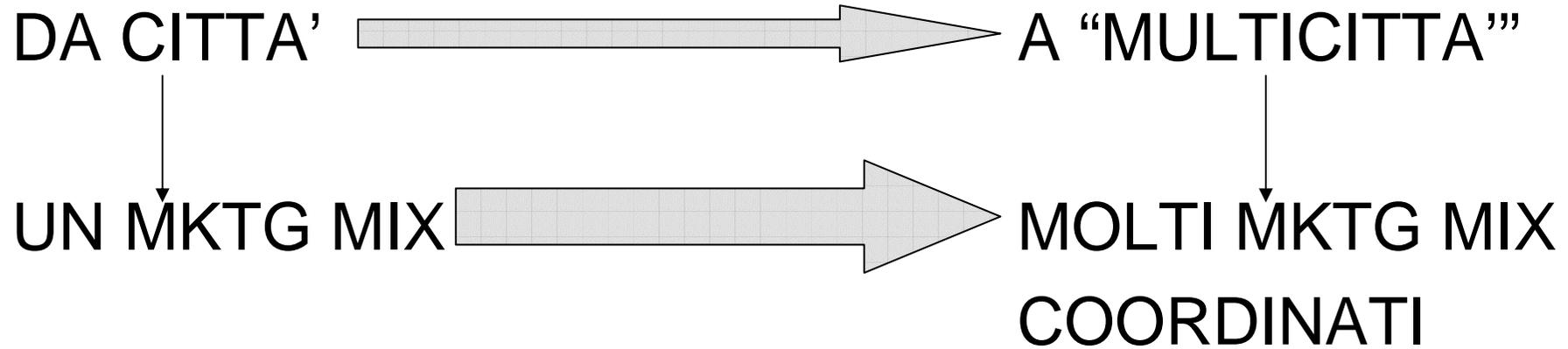


LA DOMANDA: MOLTEPLICITA' (MICRONIZZAZIONE)



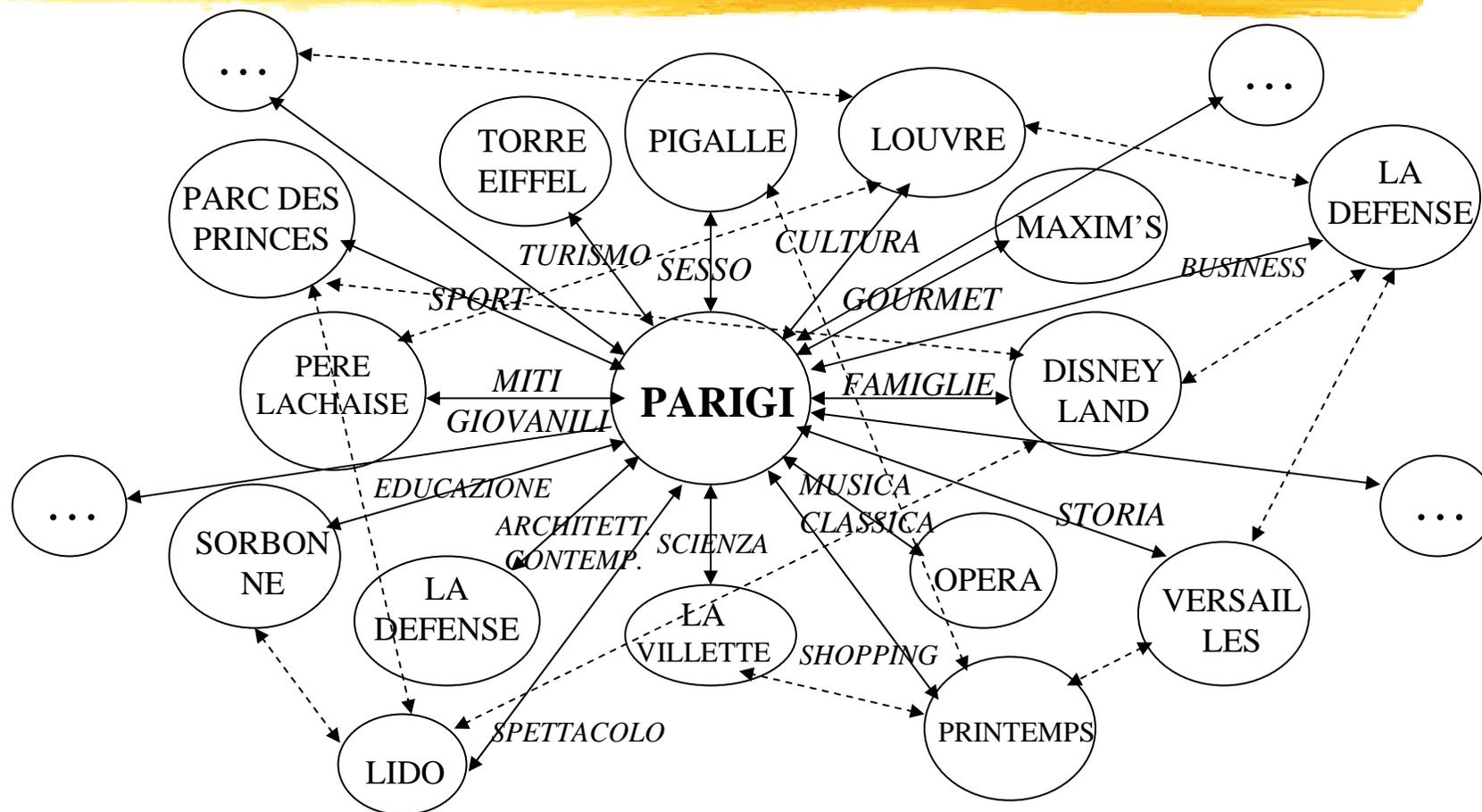
AD OGNI TARGET DEVONO CORRISPONDERE DEI FATTORI DI OFFERTA

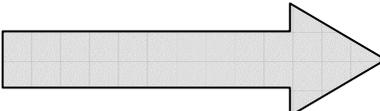
PIU' OFFERTE PER PIU' TARGET



MARKETING A RETE

UN ESEMPIO DI RETE: PARIGI



 CIRCOLO VIRTUOSO