

Abstract della relazione alla II Sessione del convegno “Il Green Marketing come opportunità di rilancio economico e di crescita sostenibile” .

### ***Marketing territoriale e sviluppo economico***

*Negli ultimi dieci anni il confronto competitivo tra sistemi economici è diventato ancora più intenso e la posizione dell'Italia tende ad indebolirsi. I nodi critici dello sviluppo economico sostenibile del Paese si fondano non solo sul recupero delle condizioni che determinano sul territorio la generazione di elevato valore aggiunto e sul miglioramento dei fattori che incidono sulla produttività, ma anche sulla costruzione ed implementazione di un efficace modello di sviluppo economico del territorio. In tale contesto il Marketing Territoriale rappresenta un valido metodo e strumento per la gestione dello sviluppo economico del Paese.*

*Occorre dunque chiarire come il Marketing Territoriale possa intervenire per orientare l'azione degli attori che operano nel territorio finalizzata a sciogliere i nodi critici dello sviluppo sostenibile e come possa guidare l'evoluzione di un sistema economico definito territorialmente in modo da favorire la migliore corrispondenza tra le sue caratteristiche e le aspettative della domanda cui intende rivolgersi in via prioritaria. Il Marketing Territoriale può costituire un significativo contributo per il recupero di competitività del territorio con il fine di attrarre e mantenere al suo interno i fattori rilevanti per il suo sviluppo armonico; con l'obiettivo di garantire a tali fattori le migliori condizioni di contesto per il loro sviluppo e il manifestarsi del loro impatto positivo sull'evoluzione del territorio stesso.*