

PG&W: comunicare il territorio per generare valore

di Alberto Gottardi



“C'è un turismo che consuma i luoghi. E poi c'è un turismo che si ferma, ascolta, rigenera.”

Oggi la promozione territoriale non può più limitarsi a mostrare paesaggi suggestivi o lanciare campagne accattivanti: deve diventare uno strumento capace di generare relazioni autentiche, consapevolezza e valore duraturo per chi quei territori li abita ogni giorno.

È la direzione indicata dal dibattito internazionale sul turismo rigenerativo: un modello che non si limita a ridurre gli impatti del turismo, ma punta a lasciare un'eredità positiva sui luoghi, sulle persone e sulle economie locali. In questo scenario si inserisce il lavoro di PG&W, agenzia di comunicazione e marketing nata nel 2005 a Bergamo, che ha trasformato la progettazione territoriale in un metodo fondato su una convinzione precisa: i territori non sono prodotti da vendere, ma sistemi viventi complessi, fatti di relazioni, memoria, cultura, paesaggio e comunità.

Un approccio che dà attenzione a ruralità e cultura autoctona, lavorando con uno sguardo che non si ferma al presente ma si proietta sull'eredità che ogni progetto lascia nel tempo.

Questa visione trova naturale continuità con il mio ingresso come fondatore e CEO di PG&W, in **simtur**, una rete attiva in tutta Italia che promuove un modello di turismo consapevole, sostenibile, rigenerativo.

Un ecosistema di professionisti, enti, imprese e realtà che condividono gli stessi obiettivi: valorizzare i luoghi in modo autentico, generare connessioni, costruire progettualità capaci di produrre valore duraturo.

Muovendosi in questo quadro, PG&W opera intrecciando comunicazione strategica, storytelling, eventi, branding territoriale e valorizzazione culturale. Un lavoro di alta sartoria, costruito su misura, in cui ogni territorio diventa racconto, esperienza e visione condivisa.

Nel corso degli anni l'agenzia ha collaborato con enti, istituzioni e progetti nazionali e internazionali legati a turismo, cultura ed enogastronomia, contribuendo alla costruzione di nuove reputazioni territoriali. Perché oggi promuovere un territorio significa soprattutto questo: rendere visibile e memorabile ciò che lo sguardo del turismo veloce non vede, ma soprattutto generare opportunità di crescita ispirate a responsabilità e sostenibilità nel tempo, nel rispetto delle persone che lo abitano e del *genius loci*.

PG&W, a communication agency based in Bergamo, is promoting a model of regenerative tourism that goes beyond the mere exploitation of places.

According to the agency, local areas are complex living entities that should be appreciated through authentic connections and a lasting legacy. This vision is strengthened by having joined simtur, a national network for sustainable tourism. By combining storytelling and strategy, PG&W turns every area into a shared experience and a solid reputation.



CULTURA E TERRITORIO

