

Torino.repubblica.it
6 febbraio 2015

Pagina 1 di 2

Giulia Cogoli: "Servono sponsor ma i progetti vanno condivisi"

di SARA STRIPPOLI

06 febbraio 2015



Giulia Cogoli

"LA CULTURA - dice Giulia Cogoli, fondatrice del Festival della Mente di Sarzana e new entry, da luglio dello scorso anno, nel cda della Fondazione per il libro - è indice fondamentale di democrazia ed elemento fondamentale della mobilità sociale".

Sta dicendo che la cultura non si può e non si deve tagliare?

"Sto dicendo solo che prima di parlare del "come intervenire" bisogna chiarire bene cosa si intende per cultura. Altrimenti non si riesce ad attribuirle il giusto valore. Che è fondamentale. Detto ciò, io penso che i tagli in determinati periodi storici siano inevitabili.

Ma è proprio in momenti di crisi che le idee diventano importanti. La creatività può fare molto quando le risorse calano. E anche far nascere nuove iniziative".

Come vede la situazione piemontese?

"Parlo come operatrice culturale che da anni organizza eventi come Sarzana e Dialoghi sull'Uomo, il festival di antropologia che si svolge a maggio a Pistoia. L'immagine di Torino, per una milanese che lavora in ambito culturale, è quella di una vivacità che non possiamo non invidiare. Non posso essere io a dire quali potrebbero essere le ricette, ma quello che so è che gli strumenti ci sono. E sono legati alle idee. Non credo che un sistema culturale come quello piemontese possa entrare in crisi".

Torino.repubblica.it
6 febbraio 2015

Pagina 2 di 2

Crede nella gratuità assoluta per alcuni spettacoli o iniziative culturali?

"Penso che sia giusto far pagare un prezzo che però sia accessibile anche a uno studente di liceo. Tre-quattro euro mi pare un giusto costo ed è quello che abbiamo sempre fatto pagare a Sarzana e a Pistoia. In questo modo si riconosce un valore senza alzare barriere sociali".

Pensa davvero che i privati in Italia siano disposti a sostenere cultura in un momento di crisi come questo?

"Penso proprio di sì. A patto che si esca dalla vecchia formula di cercare degli sponsor. Nessuno vuole più essere uno sponsor. Molti però, anche imprese, sono disponibili a farsi coinvolgere in un progetto culturale che condividono. Sono tanti ad essersi resi conto che la ricaduta può essere anche molto alta".

Sono gli organizzatori a dover diventare promotori di una idea con i privati o pensa invece che debbano essere gli assessorati alla cultura a creare strutture di fundraising?

"Sono convinta che le persone più adatte a fare da leva siano gli ideatori di un progetto culturale".

Quanto costava il Festival di Sarzana che lei ha diretto per dieci anni?

"Cinquecentomila euro per un pubblico di 50mila persone. Tutte paganti".