

**GIORGIO BORRINI** Il nuovo assessore al marketing territoriale e promozione della città  
«Valorizzare le Fortezze, rilanciare Soffitta e Calandriniana e puntare sulle grandi mostre»

# «La cultura è spazio inclusivo Sarzana un tesoro dell'arte»

## L'INTERVISTA

**Alessandro Grasso Peroni**  
SARZANA

**H**a preparato la prima campagna elettorale vincente di Cristina Ponzanelli. Ne ha seguito passo dopo passo i movimenti, tutti i progetti, idee e problemi dal 2018 al 2023. Poi, pianificata e vinta anche la seconda sfida sempre grazie a lui, la sindaca gli ha chiesto di entrare al governo. E Giorgio Borrini, spezzino ma da anni residente qui, si è ritrovato assessore. Mai accaduto prima: un giornalista e organizzatore titolare di cultura, comunicazione, marketing territoriale e promozione della città. Ma anche difesa del suolo, infrastrutture e opere pubbliche.

**Borrini, come mai questa scelta?**

«La sindaca mi ha colto di sorpresa, ma ci ho pensato un attimo e ho detto sì con senso di responsabilità. La cultura è il miglior linguaggio con cui Sarzana sa aprirsi e parlare al mondo, per questo abbiamo aumentato sensibilmente gli investimenti: la volontà è proseguire ragionando in una visione di lungo periodo non solo di calendari annuali. Secondo gli studi macroeconomici, le città che hanno creduto nelle politiche culturali, ne hanno tratto beneficio anche in termini economici: ogni euro speso in cultura si traduce in formazione, sviluppo, turismo, economia, promozione e marketing oltre, ai contenuti. Siamo aperti ad ogni contributo, la cultura per definizione è uno spazio inclusivo ad ogni energia positiva di un territorio. Ci confronteremo con tutte le realtà, e ogni



Le vie di Sarzana: un museo a cielo aperto

contributo anche dalle opposizioni, sarà accolto se positivo per la comunità».

**Tra gli eventi da rilanciare ci sono Soffitta nella Strada e Calandriniana...**

«Le mie finestre si affacciano proprio sullapiazza, vivremo la Calandriniana quest'estate e in futuro valorizzando la storia della città, insieme alla sua capacità di reinventarsi. Stessa cosa per la Soffitta, dal 5 al 20 agosto».

**Quale destino per le fortezze e le grandi mostre?**

«Legheremo sempre più l'immagine di Sarzana a Firmafede e Sarzanello, grazie a un accordo pluriennale con il Ministero – spiega –. Rispetto a qualche anno fa siamo all'interno dei circuiti delle grandi mostre: puntiamo a garantire

la continuità. I numeri di Banksy e Picasso, straordinari anche in periodi dell'anno una volta destagionalizzati, confermano che la strada è quella giusta. E che nel tempo possiamo solo migliorare, garantendo un'identità sempre più forte di Sarzana città d'arte».

**Altri progetti?**

«Grande importanza anche all'archivio: in quei registri c'è la nostra memoria e procederemo alla loro digitalizzazione. Il tema è quello degli open data: ovvero mettere i dati a disposizione di tutti e in connessione, in modo che nel mondo si possano leggere in ogni momento per promuovere Sarzana attraverso la sua storia. In sintesi, un territorio che cresce oggi è un territorio che investe in cultura e innovazione: non



**GIORGIO BORRINI**  
ASSESSORE ALLA CULTURA,  
COMUNICAZIONE E MARKETING

«Quando la sindaca mi ha proposto l'assessorato mi ha colto di sorpresa: ci ho pensato un attimo e poi ho detto di sì»

perderemo questa opportunità. Vogliamo essere scoperti da un millennial che frequenta i social, dai suoi genitori che vanno su Google e dai nonni sui libri».

**Punterete sempre sul Festival della Mente?**

«Un valore assoluto, proprio per la capacità che il Festival ha saputo sviluppare negli anni, utilizzando un linguaggio universale. Con la sindaca, Fondazione Carispezia e la sua direttrice Benedetta Marietti abbiamo lavorato preparando diverse sorprese».

**È pretenzioso puntare a diventare capitale della cultura?**

«No, anzi: l'obiettivo è essere tra le 10 candidate per il 2028». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA