

L'IDEATRICE «UN SUCCESSO CHE NESSUNO RIUSCIRÀ A SCIPPARCI»

dal nostro inviato

SARZANA. La ricetta del successo? «Un festival a misura d'uomo in una città a misura d'uomo». Giulia Cogoli sorride. La settima edizione del **Festival della Mente** di Sarzana ha totalizzato quarantamila presenze, come nel 2009, per 72 eventi (34 dei quali dedicati ai bambini sotto i 14 anni), pilotati con successo da intellettuali, scrittori, musicisti, artisti, neuroscienziati, filosofi, storici, attori. Quasi sempre raggiunto il tutto esaurito nelle dodici location.

«Un pubblico sempre più attento e consapevole - chiosa Cogoli - ed è il dato che più mi rende soddisfatta». Formula ormai collaudatissima che Cogoli riassume così: «Nessuna costrizione tematica, atmosfera giusta, non eccessivamente accademica. Sarzana si presta benissimo a ricreare attorno al Festival una cornice domestica, accogliente, che invita a par-

tecipare». Anche quest'anno massicce (circa il 50 per cento) le presenze da fuori della provincia della Spezia, un segnale che il Festival ormai è saldamente inserito nel calendario degli eventi nazionali. Ricorda Giulia Cogoli: «L'idea di un Festival della Mente a Sarzana mi è venuta quando Matteo Melley, presidente della Fondazione Carispe, nell'autunno del 2003 mi chiese di costruire un progetto di rilevanza nazionale per valorizzare il territorio. Scelsi di non legarlo a un filone specifico». Rischi di vederlo volare altrove? «Nessuno. Il logo recita: "Sarzana Festival della Mente" ed è de-



Giulia Cogoli

positato». L'edizione 2010 è costata meno di 600mila euro, coperti da Fondazione Carispe, dalla Regione e sponsor privati. Il Comune ci ha messo personale e logistica e ha propiziato i contatti con gli sponsor. Il sindaco Massimo Caleo archivia un bilancio positivo. Sarzana è stata per tre giorni alla ribalta nazionale.

Cogoli esclude novità per il 2011. «Non avrebbe senso ingrandire ancora l'evento. I giorni resteranno tre e il numero degli eventi non crescerà. La logistica invece è sempre perfettibile». Qualche sbavatura in effetti è emersa. I biglietti (a pagamento) in vendita su Internet da agosto e poi in città nei giorni della manifestazione, sono stati acquistati rapidamente e ne sono rimasti pochissimi per i ritardatari. «Abbiamo aumentato al massimo la capienza delle varie location - dice Cogoli - Di più non si poteva fare».

R. P.