



Contaminazioni L'imprenditore: cerco un nuovo modo di comunicare con i giovani

Un musical sul ghiaccio

La seconda carriera del signor Intimissimi

«Non riusciamo a fare qualcosa di più interessante?». A 54 anni, con un fatturato di 1,6 miliardi di euro (in crescita dell'11 per cento rispetto al 2012) e 26 mila dipendenti (di cui 3 mila in Italia), Sandro Veronesi, presidente e fondatore del gruppo Calzedonia, racconta la sua seconda carriera di produttore di mega spettacoli dalle dimensioni di concerti rock — la location, l'Arena di Verona, denuncia fin da subito l'ambizione —, cominciata proprio con quella domanda: possibile non ci sia qualcosa di più interessante su cui investire? «Da anni sono sponsor della stagione lirica all'Arena — racconta — perché sono di Verona e perché amo la lirica. Ma sono stanco di quel modo di proporla: allontana i giovani invece di avvicinarli». Cosa fare per «cambiare le cose»?

Veronesi, al timone di un im-

una comunicazione diversa — spiega l'imprenditore — che unisca il marchio Intimissimi a uno spettacolo di altissima qualità in linea con la voglia di emozioni che hanno i ragazzi. Voglio sorprenderli, voglio che dicano a fine spettacolo: ehi, questa roba è davvero forte».

Sandro Veronesi diventa produttore di un'«opera pop» con la Kostner come star. Direttore creativo è Marco Balich: ricordate la sua cerimonia di chiusura dell'Olimpiade di Sochi?

pero composto da Calzedonia, Intimissimi, Tezenis e Falconeri, ha la sacrosanta paura che i suoi marchi «invecchino insieme ai miei clienti». L'antidoto è intercettare, coinvolgere e portare dalla sua il pubblico giovane, quello della musica amplificata e del divertimento. «Sono alla ricerca di



È nata così «Intimissimi on ice

Opera pop» (e la presenza del marchio nel titolo dello spettacolo la dice lunga sul «peso» di Veronesi nell'intera operazione), la sera del 20 e 21 settembre all'Arena, con nel cast i più forti pattinatori del mondo, Carolina Kostner a fare da stella, cantanti lirici di altissimo profilo e la direzione creativa di un altro grande nome italiano, quel Marco Balich reduce dai successi della cerimonia di chiusura dell'Olimpiade di Sochi, il «mago» delle proiezioni su ghiaccio. «La pubblicità ai tempi di Carosello era uno spettacolo, per questo piaceva tanto. Poi è diventata ripetitiva, noiosa, la gente quasi la guarda con fastidio — riprende Veronesi —. Si parla tanto dell'innovazione nell'industria, ma poi c'è timore di buttarsi in cose nuove. Io questo timore non ce l'ho».

Con Balich e Giulia Mancini, organizzatrice di eventi sul ghiaccio, entrambi co-produttori, Veronesi si è dato tre anni di tempo per testare il progetto dell'Opera pop. «Vogliamo diventare un palinsesto importante nel mondo — riprende la parola Balich —: il primo anno è un investimento per tutti, da Giulia che ha dato il suo format, a Calzedonia che abbandona il già noto per inoltrarsi in questa avventura; il secondo anno dobbiamo consolidare lo show e il terzo, se tutto va come speriamo, spicchiamo il volo». A Fremantlemedia Italia il compito della produzione televisiva.

Uno spettacolo sul ghiaccio dunque, con i pattinatori che interpretano le arie della lirica e con la novità (rispetto alle edizioni degli ultimi tre anni) delle coreografie caleidoscopiche di Balich: l'obiettivo è «creare un'emozione senza interruzioni, un continuum di suoni, danza ed esplosioni di luci. È uno spettacolo che guarda al mondo — continua Balich —. Alla lirica uniremo musica pop riletta in chiave sinfonica, per abituare l'orecchio dei giovani a passare da un genere all'altro».

Un'operazione innovativa, con un occhio molto attento al mercato. «Questo genere di spettacolo si abbina bene a Intimissimi — riprende Veronesi —. L'intimo e la lingerie sono prodotti particolari, si possono pubblicizzare con belle donne, ma questa è una pista già molto battuta da altri». Produrre un'opera sul ghiaccio è sicuramente una strada più originale. «Ci stiamo proponendo sui mercati del Nord ed Est Europa, dove il pattinaggio artistico è molto seguito, così come avviene in Estremo Oriente, un mercato che è il dopodomani di Calzedonia. Comincia qui, ma speriamo di poter portare questo nostro spettacolo in molti altri Paesi del mondo. Se siamo fortunati, sarà un investimento in sé, al di là del ritorno di immagine».

Opera on ice è nata nel 2011 da quella che Giulia Mancini definisce una «congiuntura di energie: da una parte l'Arena, con il desiderio di uscire dal recinto del-

l'opera, dall'altra un'icona italiana come Carolina Kostner». Il nuovo show si svolgerà in due atti: si parte da un lago ghiacciato per arrivare all'Arena rosso fuoco. La creatività visionaria di Balich farà danzare Kostner, Stephane Lambiel, Anna Cappellini & Luca Lanotte, Qing Pang & Jian Tong. Coro e Orchestra dell'Arena di Verona, costumi di Ali Mahdavi, ispirati alla collezione autunno inverno 2014 di Intimissimi.

«Abbiamo cominciato a lavorarci lo scorso ottobre, è uno spettacolo forte, con l'audience pazzesca di chi ama il ghiaccio — chiude Balich —. Trasformeremo il do di petto di Vincerò in un'ondata di luci capace di togliere il fiato all'intera Arena. È un'avventura con un enorme margine di crescita: matrice italiana ma cast e apertura internazionali».

Daniela Monti

danicorr

Protagonisti



Sandro Veronesi

Nato ad Ala in provincia di Trento nel 1959, nell'84, dopo la laurea

in Economia, inizia a lavorare per la Golden Lady, leader mondiale nella produzione di collant. Due anni dopo fonda Calzedonia: il gruppo ha chiuso il 2013 con 1,6 miliardi di euro di fatturato (+ 11 per cento rispetto al 2012), 26 mila dipendenti e una catena di oltre 3.500 punti vendita distribuiti in più di 30 Paesi



Marco Balich

Veneziano, classe 1962, vincitore di 2 Emmy Award, è considerato

una delle figure più importanti a livello mondiale nella produzione di cerimonie olimpiche.

Ricopre dal

novembre 2012 il ruolo di direttore artistico del Padiglione Italia - Expo 2015 ed è executive producer delle cerimonie dei prossimi Giochi olimpici di Rio 2016



Giulia Mancini

Vicentina, laurea in Informatica, dal 1999 si occupa di marketing, di

eventi e di gestione degli atleti nel mondo del calcio, dello sci alpino e del pattinaggio artistico su ghiaccio, tra cui Carolina Kostner, Deborah Compagnoni, Anna Cappellini e Luca Lanotte. Dal 2000 è presidente dell'associazione onlus «Un sogno per il Gaslini».

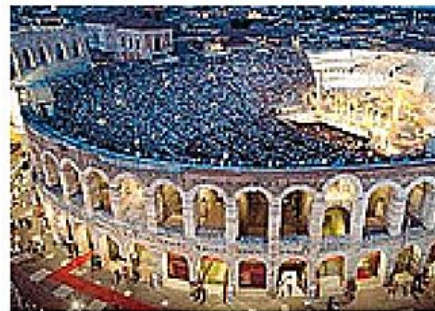


La star
Carolina Kostner, la campionessa italiana di pattinaggio sul ghiaccio, sarà la star dello show. Nella foto, la sua partecipazione all'edizione 2013 (foto Wilma Pozzi)



All'Arena

In alto e in basso, due concept di Marco Balich: lo show si aprirà con l'Arena trasformata in un lago ghiacciato, con tanto di iceberg, per finire in un'atmosfera infuocata



I biglietti

La prevendita dei biglietti per le due date del 20 e 21 settembre prossimo all'Arena di Verona di «Intimissimi on Ice opera pop» parte questa mattina alle 10 presso i circuiti Ticketone, Geticket e le filiali Unicredit. Prezzo: da 38 a 140 euro



ri

ce
el
o-
e-
la
e-
a-
er
di
ne
u-
di
ni,
u
pi
o,
li-
te
ri-
to
a,
in
m
ti,
c-
e-