



Marco Balich, chairman di Balich Worldwide Shows, società che crea e produce gli eventi più spettacolari visti negli ultimi anni in tutto il mondo. L'abito che indossa è stato realizzato dai ragazzi delle favelas di Rio e gli è stato regalato in occasione dei Giochi olimpici di Rio.



Per entrare nel mondo virtuale di BWS, basta scaricare l'app Aria, The AR Platform e scansionare l'immagine (info a pag.14).

• Designer di emozioni •

LET ME SHOW

DALLE OLIMPIADI ALL'ALBERO DELLA VITA, DAI CAMPI DI CALCIO DELLA UEFA ALLA CAPPELLA SISTINA. MONDI DISTANTI MA UNITI DAGLI SPETTACOLI UNICI E UN PO' FOLLI CREATI DAL REGISTA DEI SOGNI MARCO BALICH

DI ILARIA DE BARTOLOMEIS - FOTO DI ALFONSO CATALANO/@SGP

SONO PASSATE POCHE ORE dall'assegnazione delle Olimpiadi invernali 2026 e Marco Balich sorride, anche con lo sguardo. Il suo telefono suona incessantemente e un viavai di persone transita dagli uffici di via San Marco a Milano per congratularsi con lui, perché, con la Balich WS, l'agenzia creativa della holding Worldwide Shows Corporation che nel 2018 ha fatturato 70 milioni di euro, ha firmato lo short movie che, in parte, ha permesso a Milano e Cortina di aggiudicarsi l'ambito incarico. In questa calda giornata, anche dal punto di vista climatico, Balich rilascia la prima intervista del day after a *Gentleman*, complice anche il fatto che con il magazine ha un rapporto speciale: la sua prima copertina è stata proprio su questo mensile. Era il 2007. Oggi Balich è il re indiscusso dello show business. Sue sono le spettacolari cerimonie di apertura e chiusura delle Olimpiadi di Pechino, di Londra, di Rio, così come saranno quelle di Tokyo 2020, realizzate con Dentsu. E ancora: Paraolimpiadi, Universiadi e i più memorabili show hanno fatto conoscere al mondo la forza gentile e l'entusiasmo elegante del più grande designer di emozioni.

Gentleman. Quali sono gli ingredienti del suo successo?

Marco Balich. Sono tre. Il primo è la passione che dà forza al messaggio e lo rende credibile. Con i nostri show celebriamo il bello dell'umanità e per riuscirci dobbiamo avere un atteggiamento appassionato, non rinunciatario. In questo mi sento molto vicino alla cultura americana: mi piace la solennità e il vigore con cui celebrano i loro eroi. La passione, inoltre, è sinonimo di autenticità: chi fa il mio lavoro non può essere cinico e proporre emozioni preconfezionate.

G. Questo significa metterci del proprio?

M.B. Completamente: ogni progetto è un pezzo della nostra vita, è uno sbiancamento dei capelli, è una distanza dai nostri figli, è una nuova lingua da imparare e una cultura da conoscere. In tutto questo c'è un senso di sforzo collettivo meraviglioso.

G. Qual è il secondo ingrediente?

M.B. La curiosità. Anche se si è esperti in un cam-

po, ciò che fa la differenza è la predisposizione all'ascolto e alla scoperta.

G. E il terzo?

M.B. I grandi show non nascono dalla mente di un singolo: sono il risultato del lavoro di un team che deve necessariamente prevedere il coinvolgimento di persone del luogo in cui si progetta l'evento.

G. Come nasce un grande spettacolo?

M.B. Si crea un gruppo di persone molto creative: si ascoltano le loro idee, si assemblano e si traducono in un linguaggio spettacolare. In questi momenti di brain picking, il mio contributo è quello di mantenere viva una certa vena di follia. Spesso le proposte che sembrano impossibili sono quelle vincenti. Per realizzarle ci affidiamo ai migliori tecnici del mondo, quelli che lavorano alle tournée dei grandi gruppi rock.

G. Lei riesce sempre a creare un connubio fra spettacolarità e semplicità...

M.B. I nostri show non hanno intenti intellettuali, vogliono trasmettere un messaggio globale, raggiungendo chiunque, anche i luoghi più remoti del pianeta. Questo è possibile solamente se i contenuti sono altamente emozionali e di facile immedesimazione. Quando abbiamo realizzato l'apertura dei Giochi paralimpici di Sochi, per esempio, ci siamo ispirati al *Tetris*, che è stato inventato in Unione Sovietica. Con le tessere del gioco e grazie all'impresa spettacolare di un atleta paralimpico abbiamo trasformato la parola «Impossible» in una frase di speranza: «I'M Possible». La forza di quel messaggio e la riconoscibilità dell'immagine hanno generato lo stesso tipo di coinvolgimento che può accompagnare il discorso di un presidente appena eletto oppure la vittoria della nazionale di calcio.

G. Con questa logica lei ha reso l'arte accessibile a tutti. Lo dimostrano i 300mila spettatori del suo *Giudizio Universale. The Sistine Chapel immerse show*.

M.B. Il nostro paese non esporta un modello di spettacolo dal tempo delle opere di Giuseppe Verdi, così ho pensato che l'esperienza con i grandi show poteva essere messa al servizio dell'arte e, con il supporto di un gruppo di investitori, sono riuscito a realizzare questo progetto. La sfida più

**UGUAGLIANZA ED EROISMO SCENDONO IN CAMPO
PER CELEBRARE LA BELLEZZA DELL'UOMO**



difficile è stata quella di convincere mio figlio (Balich ne ha quattro, ndr) che Michelangelo poteva reggere il confronto con uno degli Avengers.

G. Ha altri progetti per Roma?

M.B. Certo. La nostra capitale è l'unica città al mondo in cui è rappresentata tutta la storia dell'arte e dell'architettura, dal 700 a.C. a oggi. È un patrimonio che va valorizzato e su questo vorrei sensibilizzare l'imprenditoria. Voglio creare un manifesto sull'unicità di Roma e avviare una serie di eventi in luoghi privati, un po' come avviene per *Piano City Milano*. L'obiettivo è quello di creare economia per garantire il mantenimento della città. Si chiamerà *Roma capitale mondiale dell'arte*.

G. Olimpiadi, Expo, Uefa, progetti d'arte... Ha esaudito tutti i suoi desideri?

M.B. Vorrei provare a ridare vita ai luoghi feriti dell'Italia, le zone colpite dai terremoti, con uno spettacolo che possa finanziarne la ricostruzione e rilanciare alberghi, ristoranti e attività. Per rendere possibile questo sogno è necessario il supporto delle istituzioni.

G. Milano, invece?

M.B. Con Londra, Parigi e Amsterdam, Milano è una delle quattro città più importanti d'Europa per quanto riguarda positività, imprenditorialità e cultura: per questo si merita l'assegnazione delle Olimpiadi invernali. Quella del 2026 sarà l'occasione per esportare la qualità della vita e il senso di bellezza che ci appartengono.

Sopra, a sinistra, *Giudizio Universale*, un viaggio nelle meraviglie della Cappella Sistina. A destra, dall'alto, le cerimonie per i Giochi paralimpici invernali di Sochi 2014 e per le Olimpiadi invernali Torino 2006.

G. Perché lo sport unisce le persone?

M.B. Credo che la potenza dello sport sia paragonabile solamente a quella che accompagna la nascita e la morte. I grandi eventi sportivi esaltano l'umanità in tutti i suoi aspetti: ambizione, sfida, uguaglianza ed eroismo scendono in campo per celebrare la bellezza dell'uomo.

G. Ha mai pensato all'halftime show del Superbowl?

M.B. Mi piacerebbe molto, ma lo farei a modo mio. Non centrerei tutto lo show su un solo artista: metterei in scena una liturgia di valori dello sport altamente emozionale. Un'ispirazione è sicuramente lo spettacolo, non mio, che ha aperto i Commonwealth Games di Manchester del 2002: è stata una processione sulle diversità, uno spettacolo fatto con sculture di carta, lucine e tanta umanità. Tanto semplice dal punto di vista tecnologico, quanto emozionante per la forza del messaggio

G. Qual è il messaggio più importante che è riuscito a trasmettere con i suoi show?

M.B. Forse quello sulla sostenibilità ambientale delle Olimpiadi di Rio. A ogni atleta è stato dato un seme da piantare e oggi a Rio ci sono 12mila alberi in più: «La foresta degli atleti». È la prima volta che il Cio ha accettato di accostarsi a un tema politico.

G. A proposito di sfide, quest'anno si festeggiano i 50 anni dall'allunaggio. Lei si ricorda quel momento?

M.B. Sì, ero un bambino. Proprio per quell'occasione i miei genitori hanno comprato la televisione. **G**