

IL COLOSSO DELL'INTRATTENIMENTO

Emozioni olimpiche Made in Italy «Sport, arte, cultura e divertimento Creiamo i maggiori eventi mondiali»

La Balich Worldwide Shows, azienda con sede a Milano, organizza i più grandi e spettacolari eventi mondiali. Prossima tappa: Tokyo 2020

Giuliano Molossi
■ MILANO

Fabbricano show, vendono emozioni, sono i campioni dell'intrattenimento. Gli organizzatori dei più grandi e spettacolari eventi mondiali, quelli per intenderci che ti fanno venire la pelle d'oca e ti lasciano senza fiato, sono italiani. Hanno il loro quartier generale in uno degli angoli più suggestivi di Milano, a Brera, in fondo a via San Marco. Qui lavorano 150 giovani (da 19 Paesi diversi), qui nascono le idee dei grandi spettacoli dal vivo. La Balich Worldwide Shows Corporation ha fatturato 70 milioni. La società appartiene per il 51% a Marco Balich, 57 anni, veneziano, presidente e direttore creativo, per il 34% a Gianmaria Serra, 46 anni, milanese, amministratore delegato ed executive producer, per il 15% a Simone Merico, 48 anni, romano, vicepresidente e business director.

TRE GRANDI amici da oltre vent'anni prima ancora di essere tre soci in affari. Il segreto del loro successo è anche questo. Toccherà a loro organizzare le cerimonie di apertura e di chiusura delle Olimpiadi di Tokyo 2020 ma l'impresa non li spaventa: da quelle di Torino 2006 di cerimonie olimpiche ne hanno già fatte quasi una ventina. Era loro il video della candidatura di Milano Cortina 2026 presentato al Cio. Quest'anno «firmano» le Universiadi di Napoli e i Giochi Panamericani a Lima. Show stellari, dei kolossal del divertimento, dello stare insieme, fra sport e cultura. E accanto alle grandi manifestazioni sportive anche spettacoli dedicati al mondo dell'arte (a Roma in un anno e mezzo 'Il Giudizio Universale' ha fatto 500 repliche e 300mila biglietti venduti), l'Albero della Vita di Expo 2015 a

Milano, eventi esclusivi istituzionali e corporate in tutto il mondo.

DEL PRESENTE e del futuro della società parliamo con Gianmaria Serra, il braccio destro di Marco Balich. «Il Gruppo, dice Serra, è composto da una holding di controllo che è la Worldwide Shows Corporation, poi abbiamo la Balich Worldwide Shows, che è la società principale e che ha sede anche a Dubai, Punk for business che si occupa di entertainment e di eventi musicali, la Feelrouge che fa corporate e convention, Hq Worldwide shows che fa eventi istituzionali e corporate in Medio Oriente, e Artainment, la società che unisce arte e intrattenimento con la convinzione che oggi i giovani abbiano bisogno di linguaggi differenti per avvicinarsi alla cultura. Senza svilire l'arte, tutt'altro, anzi che faccia fare un percorso emotivo di avvicinamento all'opera d'arte».

Artainment, sintesi di Art e Entertainment, sarà una voce importante del vostro fatturato?

«Sì, pensiamo che unita agli spettacoli teatrali, nel giro di tre anni sarà almeno il 50 per cento del nostro fatturato».

Quali show avete in mente?

«Il nostro sogno è di fare un grande evento a Pompei, che possa enfatizzare un percorso di emozioni, che ti faccia rivivere quel che accadeva nella vita quotidiana prima dell'eruzione. Un'altra cosa che ci piacerebbe molto è realizzare qualcosa di importante a Roma, di continuativo, di stabile, per valorizzare una città unica al mondo. Siamo convinti che rendere emozionale un percorso culturale e artistico sia una chiave fondamentale».

Siete partiti con le grandi cerimonie di eventi sportivi e ora state virando sull'arte?

«Siamo ai primissimi posti nel mondo per l'organizzazione di grandi cerimonie (il nostro principale competitor è americano), l'anno scorso però abbiamo iniziato un percorso di trasformazione che vuole da una parte consolidare il posizionamento nel core business, quindi grandi eventi e cerimonie, e poi espandere in direzione del contenuto. Ci chiamano, ad esempio, per progettare resort, per trasformarli in esperienze. Stiamo lavorando a nuovi spettacoli teatrali in Asia e in Medio Oriente. Anche Artainment fa parte di questa nuova strada che abbiamo intrapreso, con un racconto originale ed emozionale dell'arte».

Come nasce la grande cerimonia olimpica?

«E' un'infrastruttura produttiva enorme. Si parte selezionando un gruppo di esponenti del mondo culturale del Paese, e con loro si individuano gli elementi principali che si vogliono rappresentare. C'è un grande lavoro di ricerca, bisogna immergersi nell'anima di un Paese per riuscire a capirlo e a spiegarlo al mondo in modo originale, esaltando la sua cultura, mostrando l'orgoglio di un popolo. Poi, solo in un secondo tempo, viene fuori l'idea che sviluppiamo con tutti i migliori talenti, scenografi, direttori luci, coreografi, una tecnologia ed effetti speciali al massimi livelli».

Qual è stata l'esperienza più indimenticabile?

«Torino 2006, la nostra prima ce-

rimonia olimpica, un'emozione assolutamente unica».

Sono tutti eventi live, e' vietato sbagliare...

«E' questo uno dei motivi per cui abbiamo così pochi competitor. Il fallimento in una cerimonia olimpica è qualcosa che distrugge qualsiasi impresa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**TECNOLOGIA
ED EFFETTI
SPECIALI**

Cinque cerchi a Milano-Cortina

È firmato da Balich Worldwide Shows il video che ha accompagnato il dossier di Milano-Cortina 2026 e ha convinto il Cio ad assegnare i giochi invernali all'Italia. Uno spot emozionante, che mette in evidenza i punti forti dell'Italia e degli italiani

Spettacoli teatrali in Medio Oriente

Balich Worldwide Shows ha già firmato le cerimonie di apertura dei giochi olimpici di Torino 2006, Sochi 2014 e Rio de Janeiro 2016. Ora sta preparando apertura e chiusura di Tokyo 2020 e nuovi spettacoli teatrali in Asia e Medio Oriente



**BALICH
WORLDWIDE
SHOWS**

La cerimonia inaugurale delle Universiadi 2019 allo stadio San Paolo di Napoli, organizzata da Balich Worldwide Shows, con più di 1000 artisti. In alto a destra Gianmaria Serra