



# GIUDIZIO UNIVERSALE

THE SISTINE CHAPEL IMMERSIVE SHOW

## Lo show dei record “Giudizio Universale”

Lo spettacolo più visto in Italia, dopo oltre 600 repliche, lascia Roma per trasferirsi in Sud America

Roma, 10 settembre 2019 - *Giudizio Universale. The Sistine Chapel Immersive Show*, al primo posto nella classifica annuale SIAE per numero di presenze negli spettacoli teatrali nel 2018, con un successo di pubblico da record di 350.000 presenze in 616 repliche, trasloca da Roma al Messico. L'ultima rappresentazione italiana sarà il prossimo 15 settembre.

Lo spettacolo prodotto da **Artainment Worldwide Shows**, andato in scena dal 15 marzo 2018 all'Auditorium Conciliazione di Roma, ha avuto ottime recensioni sui media di tutto il mondo per l'assoluta novità rappresentata nel sistema teatrale e del live entertainment.

Lo straordinario afflusso di pubblico, grazie anche ad una politica di prezzi accessibili, ha reso unica questa prima stagione portando al pareggio. Ora è però necessario iniziare l'esportazione.

L'ideazione e la regia di questo spettacolo che ha unito arte, teatro, danza e musica con le tecnologie più avanzate, sono di **Marco Balich**, direttore artistico e produttore di Cerimonie Olimpiche, che si è avvalso della consulenza scientifica dei **Musei Vaticani** e della collaborazione di artisti come **Sting**, autore del tema musicale originale con una personale interpretazione del *Dies Irae*, di **Pierfrancesco Favino**, che ha prestato la voce a Michelangelo, e dell'attrice premio Oscar **Susan Sarandon** che è la “voce biblica” nelle repliche in inglese.

**Artainment** ha dato vita a un nuovo genere di intrattenimento dal vivo in cui i codici emozionali dello spettacolo e i linguaggi visivi contemporanei hanno avuto come soggetto l'arte. Uno show format in cui sono stati superati i confini tra video e performance live che ha creato un nuovo riferimento nelle immersive experience.

Lo spettacolo definito dal *New York Times*: «*An unparalleled educational opportunity to bring art, culture and faith to younger audiences*» è stato accompagnato dal progetto didattico [Artainment@School](#) che ha coinvolto 75.868 ragazzi provenienti da 832 scuole di 17 Regioni italiane.

*Artainment Worldwide Shows ringrazia il team, il cast e la crew. Tra i partner: TIM, Mastercard, Panasonic, Osram, Riedel, Bose, Sennheiser, Vivaticket e tutti i media e i partner commerciali. Per il progetto educativo Artainment@School, ringrazia: Fondazione Bracco, F.I.L.A. Fabbrica Italiana Lapis ed Affini e gli Uffici Scolastici Regionali del Lazio e delle altre regioni aderenti.*