

Il caso Annuncio del produttore: costi troppo alti

Lo strappo di Balich: «Stop repliche il mio Michelangelo fuori da Roma»

Lo spettacolo del “Giudizio Universale”

Orlando all'interno

IL CASO

Balich: «Il mio Michelangelo via da Roma»

► Il produttore di “Giudizio Universale” annuncia a sorpresa la fine delle repliche all'Auditorium Conciliazione: «Costi insostenibili»

**CI TRASFERIAMO
IN MESSICO. DELUSO?
NO, MA NON AVENDO
CHIESTO SOLDI MI SAREI
ASPETTATO ALMENO UN
SOSTEGNO ISTITUZIONALE**

**CI FERMIAMO PRIMA
DI ANDARE IN PERDITA:
IL SIPARIO CALERÀ
DOMENICA PROSSIMA
DOPO 350 MILA PRESENZE,
RECORD DEL 2018**

L'INTERVISTA

Il Giudizio Universale trasloca. L'imponente spettacolo immersivo Michelangelo and the Secrets of the Sistine Chapel che racconta la meraviglia della Cappella Sistina, lascia Roma e l'Auditorium Conciliazione dopo un anno e sei mesi, un record di 617 repliche consecutive, 350.000 presenze. Ultimo atto, il 15 settembre. Destinazione Messico.

Prodotto dalla Artainment Worldwide Shows - laddove “artainment” fonde arte e intrattenimento al massimo della tecnologia - con la consulenza scientifica dei Musei Vaticani, la voce di Pierfrancesco Favino e il tema musicale di Sting, era la scommessa di Marco Balich, veneziano, classe 1962, re delle cerimonie olimpiche (Rio 2016, Sochi 2014, Torino 2006), reduce dai Giochi Panamericani di Lima e con le valigie

pronte per organizzare Tokyo 2020. Un'interruzione inaspettata. Giudizio Universale doveva essere permanente ed è lo spettacolo più visto del 2018 in Italia, ma non quello con i maggiori incassi. Tre milioni e mezzo di euro fatturati nel 2018, la sua società ne ha investiti 9 milioni (tre messi dal socio Overjoy).

Balich, la decisione è sofferta?

«Sì, ma la strada era giusta. Da marzo 2018 abbiamo ottenuto risultati fantastici in termini di presenze e gradimento, purtroppo non in quelli economici. Le spese per l'intrattenimento tecnologico di qualità sono alte e una società privata deve tenerne conto».

Siete andati in perdita?

«Ci siamo fermati appena in tempo. Era rischioso ma abbiamo scelto una politica di biglietti a basso costo per renderlo accessibile a tutti: 25 euro, sconti per famiglie, scuole a 10 euro. Poco, per

uno show simile».

A Londra costerebbe di più?

«Una famiglia romana lì è pronta a spendere cento euro per un musical, nella sua città no. È un'abitudine che va interrotta, sfatando l'equazione secondo cui uno spettacolo per tutti è dozzinale. Tornassimo con un nuovo progetto, ormai forti del brand, forse sarebbero più digeribili prezzi più alti».

Cosa non aveva previsto?

«Mi sarei aspettato che le istituzioni partecipassero, non con i

soldi ma con il sostegno, raccomandando questa primizia che non esiste altrove nel mondo e che ora ci chiedono da Pechino a Las Vegas. Non abbiamo chiesto un euro, ci bastava una promozione, un attestato di stima».

Mai avvistata la sindaca?

«Né lei né il precedente Ministro della Cultura, sebbene invitati. In compenso il cuore romano ha pulsato in sala con Totti, Fiorello, Baglioni, Venditti».

I tour operator non vi hanno aiutato?

«C'è talmente tanto da vedere a Roma che non sono spronati a rinfrescare le proposte. Non abbiamo un sistema di vendita biglietti collegato come fa New York con Broadway o Londra con il West End».

Deluso dall'esperienza?

«No. È stata una sfida vinta, non una sconfitta. Rifarei tutto. Ci sono state serate impagabili, come quella con i senzatetto e i carcerati invitati da Papa Francesco, e poi l'entusiasmo dei 75.000 ragazzi dalle scuole. Spero di aver creato un precedente per spronare altri a credere e investire nell'intrattenimento di qualità, senza contare solo sui finanziamenti pubblici».

Perché il trasferimento proprio a Città del Messico?

«L'offerta ci conviene. È culturalmente viva, ha un bacino di utenza enorme e il Messico è un paese molto cattolico. In fondo siamo un po' ambasciatori dei Musei Vaticani. Lo show resta quasi invariato. Sarà in spagnolo e stavolta dal vivo».

Si parla di un suo progetto nel 2020 per Roma Capitale Mondiale dell'Arte.

«È la città più bella del mondo, e lo dice un veneziano. L'unica con testimonianze architettoniche quasi per ogni secolo, eppure Parigi richiama più visitatori. Significa che va risanato il settore turistico».

Come procederà?

«I più influenti storici dell'arte decreteranno i motivi oggettivi per cui Roma è la capitale mondiale dell'arte, poi creeremo una fondazione e un logo da applicare a iniziative di riqualificazione. Non parlo solo di Fontana di Trevi o di Ostia Antica. Ci sono posti meno noti, come il cimitero del Verano, dove c'è la storia d'Italia. Organizzeremo eventi che ogni anno richiamino l'attenzione mondiale».

Busserà alla porta del neo-mini-

stro dei Beni Culturali Franceschini?

«Fra un mese al massimo. In passato ha fatto bene con le nomine di sovrintendenti preparati e sono felice di leggere nel nuovo programma di governo che Roma torna ad essere un punto focale. Va instillato l'orgoglio per questa bellezza, bisogna stappare la gioia di viverla come fece Renato Nicolini con l'Estate Romana».

Gli investimenti dove si troveranno?

«Con le istituzioni e gli imprenditori privati, che si fidano delle nostre intenzioni e vogliono aderire. Sanno che per uscire dagli anni degli slogan negativi e dello sfruttamento cieco e triste, bisogna valorizzare le risorse e rispettarle».

Nessuno show di artainment in vista?

«A Norcia, l'estate prossima. Porteremo uno spettacolo diffuso, con bellissime proiezioni che raccontano la storia di San Benedetto e ricostruiscono il campanile. Si terrà la sera, per far vivere un posto che con il buio si spegne e far ripartire attività non solo culinarie. Serve curare le ferite del patrimonio».

Simona Orlando

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Marco Balich; in alto lo spettacolo alla Conciliazione