



# ORGOGGIO ITALIANO PRIDE OF ITALY

txt Stefano Benedetti

| Nel mondo degli eventi e dell'intrattenimento su scala globale, c'è una firma che ha fatto scuola. Con ogni lavoro MARCO BALICH dimostra che per essere autenticamente popolari bisogna essere bravi, liberi dal pregiudizio e aperti al contributo dei talenti migliori / *In the world of global events and entertainment, there is one name that is particularly influential. Marco Balich shows with everything he touches that to be genuinely popular you have to be good at what you do, free from any prejudice and open to the contribution of the finest talents*

## ABBIAMO SCELTO DI GIOCARE NEL CAMPIONATO PIÙ DIFFICILE, FUORI DAI CONFINI NAZIONALI

WE HAVE CHOSEN TO PLAY IN THE MOST DIFFICULT CHAMPIONSHIP, LOOKING OUTSIDE THE COUNTRY'S BORDERS

**I TRE ANNI DI LAVORO**, un investimento di più di nove milioni di euro, sessanta minuti di spettacolo e quasi quarantamila biglietti già venduti un mese prima del debutto ufficiale. Sono questi i numeri da capogiro del *Giudizio Universale*, il monumentale spettacolo multimediale ideato da Marco Balich in collaborazione con i Musei Vaticani, in scena da marzo scorso presso l'Auditorium Conciliazione di Roma. Un format innovativo, capace di coniugare installazioni, teatro danza, immersive environment e la narrazione di una storia, quella del capolavoro di Michelangelo, che non tutti conoscono. E che sicuramente nessuno ha mai visto raccontare così.

Ma a Balich, già ideatore dell'*Heineken Jammin' Festival*, direttore artistico di cerimonie olimpiche, vincitore di due *Emmy Awards* e di un *Compasso d'Oro*, la definizione di self-made man non piace: «Io e i miei soci abbiamo scelto di giocare nel campionato più difficile, guardando fuori dai confini nazionali. Questo ci ha permesso di avere sempre intorno persone da cui imparare, o da cui essere stimolati, senza quel senso di inferiorità verso l'estero che nel mondo dello spettacolo nostrano purtroppo è molto diffuso». Infatti al suo tavolo

**I THREE YEARS OF WORK**, an investment of over nine million euros, sixty minutes of spectacle and almost forty thousand tickets already sold a month before its official debut. These are the mind-boggling stats linked to the *Giudizio Universale (Last Judgment)*, a multimedia spectacle conceived by Marco Balich in collaboration with the Vatican Museums, which has been on stage since March at the Auditorium Conciliazione in Rome. This show has an innovative format, bringing together installations, theatre, dance, immersive environments to tell a story, that of Michelangelo's masterpiece – which no one has ever seen presented in this way before. But Balich, conceiver of the Heineken Jammin' Festival, artistic director of Olympic ceremonies, winner of two Emmy Awards and a *Compasso d'Oro*, doesn't like to be called a self-made man. As he says "my partners and I have chosen to play in the most difficult championship, looking outside the country's borders. This has allowed us always to be surrounded by people we can learn from without that sense of inferiority towards what goes on abroad that is unfortunately very common in our own world of entertainment." Seated at his table is a team of creative





## L'OBIETTIVO È PARLARE A TUTTI PUR MANTENENDO STANDARD E STRUMENTI MOLTO ALTI

SPEAKING TO SUCH A BROAD AUDIENCE WHILE ALSO MAINTAINING SUCH HIGH STANDARDS

siede un team creativo molto eterogeneo per età, provenienza e storia, a cominciare dalla collaboratrice più fidata ed esperta: Lidia Castelli, dopo un passato importante nel mondo della moda, è oggi la prima donna ad aver ricoperto il ruolo di direttore artistico di una cerimonia olimpica. È proprio lei la prima a predicare umiltà, perché «affrontando spesso storie e tematiche enormi, l'unica cosa da fare è studiare: non siamo né ci crediamo tuttologi. L'unico approccio possibile è essere aperti». Così, sul versante artistico quanto su quello organizzativo, i responsabili (alcuni giovanissimi) di ogni fase della produzione di un evento sottolineano l'importanza di avvalersi di talenti da ogni parte del mondo: «Artisti di grande valore che magari semplicemente non hanno mai lavorato con i mezzi e l'organizzazione che possiamo mettere a disposizione. In questi casi la nostra azione è soprattutto di rinforzo e collegamento, per ottenere un risultato comune mai raggiunto prima». In effetti, il curriculum della Balich Worldwide Shows (compagnia nata nel 2013 proprio per occuparsi esclusivamente di cerimonie e grandi eventi su scala mondiale) parla da sé, al punto che oggi, da ogni continente, sempre

*people who are very diverse in age, origin and background, commencing with his most trusted and expert collaborator: Lidia Castelli, who was previously an important player in the world of fashion, and is today the first woman to have taken on the role of artistic director of an Olympic ceremony. She is also the first to preach a sense of humility, because she is "often faced with stories and themes of enormous breadth, the only thing you can do is study: we can't know everything. The only possible approach is to be open-minded." Thus, from an artistic as well as the organizational perspective, the people (some of whom are very young) in charge of each phase in the production of an event always stress the importance of drawing on talent from every part of the world. As she adds "[these are] artists of great value who may simply never have worked with the means and the organization that we can make available. In these cases, our action is one of connection, in order to obtain a result that has never been achieved before."*  
*In fact, the CV for Balich Worldwide Shows (a company set up in 2013 for the express purpose of staging ceremonies and major events anywhere in the world) speaks for itself, to the*



Fang Fu. Forever, Beijing, 2018



Dubai World Cup Show, Dubai, 2017

## BALICH WORLD SHOWS

Giudizio Universale, Rome, 2018

Burj Kalifa Show, Abu Dhabi, 2016

Kazakhstan 550th anniversary, Astana, 2015

Italian Pavillon and Albergo della Vita, Milano, 2015

Olympic closing ceremony, Sochi, 2014

Paralympic opening and closing ceremony, Sochi, 2014

Mexico bicentennial celebration, Mexico City, 2010

Shakhtar Donetsk 75th Anniversary, Donetsk, 2011

Juventus Stadium, opening ceremony, Torino, 2011

UEFA Euro 2012 opening and closing ceremony,  
Poland-Ukraine 2012

Flag Handover, London, 2012

XVI Mediterranean Games opening and closing ceremony,  
Pescara, 2009

Festa del Redentore, Venezia, 2008-2009

Carnevale, Venezia, 2008-2009

Olympic opening and closing ceremony, Torino, 2006

Flag Handover, Salt Lake City, 2002

www.balichws.com

## CIASCUNA PRODUZIONE DEVE RIUSCIRE A EMOZIONARE ALLO STESSO MODO AUTORE E SPETTATORE

EVERY PRODUCTION SHOULD MOVE ITS AUTHOR AND SPECTATOR IN THE SAME WAY

più lavoratori del mondo dello spettacolo guardano a Balich e soci come modello da imitare o da cui imparare. A dettare la rotta, il principio dell'emotional design, ovvero l'idea che ogni produzione debba emozionare allo stesso modo autore e spettatore, nel rispetto di fonti e tradizioni, ma anche in un'ottica di accessibilità universale. Perché, come sottolinea Julian Hill, special projects producer, «quando pensi allo spettatore, è bene non dare nulla per scontato, soprattutto negli eventi internazionali. Quello che fai deve essere compreso da qualunque tipo di pubblico, con qualsiasi background culturale e senza particolari requisiti di educazione o conoscenza, altrimenti vuol dire che non stai facendo bene il tuo lavoro». «Questo non va necessariamente a discapito del processo autoriale – spiega Viola Vatrini, senior creative coordinator – anzi, è ancora più difficile riuscire a parlare a tutti mantenendo standard e strumenti molto alti. D'altra parte, quando hai a disposizione mezzi e tecnologie così importanti, è doveroso cercare di fare il tuo lavoro al meglio. Semplicemente lo si fa senza pregiudizi né bisogno di dimostrare a tutti i costi qualcosa». L'obiettivo? Lo spiega l'art director Francesca Martinazzo: «Raccontare storie ed emozionare lo spettatore, dandogli ogni strumento possibile per far sì che porti a casa una propria esperienza personale, che magari è diversa da quella che porterà a casa la persona accanto a lui. I nostri spettacoli non sono mai esplorazioni personali dell'autore riservate a chi riesce a capirle: noi siamo al servizio di qualcosa di più grande, ovvero ciò che di volta in volta vogliamo rappresentare».

*point where today, across the world, more and more people working in show business regard Balich and his partners as a model to imitate or from which to learn.*

*The principle of emotional design is that every production should move its author and spectator in the same way, while respecting sources and traditions, but adopting a perspective of universal accessibility. Because, as special projects producer Julian Hill emphasizes, "when you're thinking of the viewer, it's better not to take anything for granted. What you do has to be understood by any member of the public, from any cultural background and without any particular requirements of education or knowledge, otherwise it means you're not doing your job properly." As Viola Vatrini, the senior creative coordinator, explains: "This is not necessarily to the detriment of the authorial process." Indeed, it is even harder to succeed in speaking to such a broad audience while also maintaining such high standards. On the other hand, when you have such extraordinary means and technologies at your disposal, you need to try to do your work as well as possible, and you simply do it without a sense of prejudice or the need to demonstrate something at any cost." But what is the overall objective here? As art director Francesca Martinazzo explains: "Telling stories and moving spectators, using every means possible to allow each of them to take home a personal experience, one that may be different from what the person next to them will take away with them. Our shows are never personal explorations by the author reserved only for those who are able to understand them. We are at the service of something bigger, that is to say what we wish to represent on each occasion".*



Le immagini del servizio sono tratte da *Giudizio Universale*, spettacolo multimediale ideato da Marco Balich (a destra).  
Immagini dal *Giudizio Universale (Last Judgment)*, spettacolo multimediale ideato da Marco Balich (a destra).

