

QMI, RAMAYA PRODUCTIONS e MEDUSA FILM

presentano

**MOLLO
TUTTO
E APRO UN
CHIRINGUITO**



il film ideato in collaborazione con gli autori de **Il Milanese Imbruttito**

regia di

**PIETRO BELFIORE, DAVIDE BONACINA, ANDREA FADENTI,
ANDREA MAZZARELLA, DAVIDE ROSSI**

con

**GERMANO LANZONI, VALERIO AIRÒ ROCHELMAYER, BENITO URGU, MICHELE MANCA,
STEFANO MANCA, LAURA LOCATELLI, LEONARDO USLENGO, PAOLO CALABRESI,
CLAUDIO BISIO, SIMONETTA COLUMBU, ALESSANDRO BETTI**

e con la partecipazione straordinaria di
ELETTRA LAMBORGHINI, FAVIJ e JAKE LA FURIA

sceneggiatura e soggetto

**Pietro Belfiore, Davide Bonacina, Andrea Fadenti,
Andrea Mazzarella, Davide Rossi**

con

Marco De Crescenzo, Federico Marisio, Tommaso Pozza

Una coproduzione **QMI, Ramaya Productions e Medusa Film**
con il contributo della **Fondazione Sardegna Film Commission**

NELLE SALE DAL 7 DICEMBRE

distribuito da



Ufficio stampa Medusa

Tiziana Mazzola +39.335.7351897 tiziana.mazzola@mediaset.it

Ufficio stampa film Fosforo

Manuela Cavallari +39.349.6891660 manuela.cavallari@fosforopress.com

Giulia Santaroni +39.348.8224581 giulia.santaroni@fosforopress.com

Ginevra Bandini +39.335.1750404 ginevra.bandini@fosforopress.com

Valerio Roselli +39.335.7081956 valerio.roselli@fosforopress.com

Bianca Fabiani +39.340.1722398 fosforo@fosforopress.com

CAST TECNICO

REGIA	PIETRO BELFIORE, DAVIDE BONACINA, ANDREA FADENTI, ANDREA MAZZARELLA, DAVIDE ROSSI
SOGGETTO E SCENEGGIATURA	PIETRO BELFIORE, DAVIDE BONACINA, ANDREA FADENTI, ANDREA MAZZARELLA, DAVIDE ROSSI
con	MARCO DE CRESCENZIO, FEDERICO MARISIO, TOMMASO POZZA
DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA	LUCA SABBIONI
SCENOGRAFIA	SONIA PENG
MONTAGGIO	DAVIDE NEGLIA
MUSICHE	FRANCESCO CERASI
COSTUMI	LUCIA GALLONE
PRODOTTO DA	QMI in associazione con RAMAYA PRODUCTIONS S.R.L. e MEDUSA FILM
DURATA	92 Minuti
USCITA	7 DICEMBRE
DISTRIBUITO DA	MEDUSA FILM

CAST ARTISTICO

IMBRUTTITO

GIARGIANA

BASTIANO

ETTORE

GAVIN

BRUSINI

LAURA

NANO

MELISSA

BOSS

GERMANO LANZONI

VALERIO AIRÒ ROCHELMEYER

BENITO URGU

MICHELE MANCA

STEFANO MANCA

PAOLO CALABRESI

LAURA LOCATELLI

LEONARDO USLENGO

SIMONETTA COLUMBU

CLAUDIO BISIO

SINOSI

Il Signor Imbruttito (Germano Lanzoni), dirigente di spicco di una grande multinazionale, vive la routine nella sua frenetica Milano seguendo fedelmente il mantra della doppia F, F*** e Fatturato.

A rompere questo equilibrio ci pensa Brusini (Paolo Calabresi), eccentrico imprenditore a capo di un impero economico, che per una ragione assurda fa saltare quello che per l'Imbruttito è l'affare della vita.

L'Imbruttito per la prima volta accusa il colpo, cade in depressione, non riesce più a trovare una ragione per svegliarsi al mattino.

La svolta arriva da Brera (Alessandro Betti) un amico di vecchia data, che propone all'Imbruttito l'acquisto di un chiringuito in Sardegna, per fare business in infradito e poter finalmente dire: "mollo tutto e apro un chiringuito!".

L'affare è fatto e, malgrado lo scetticismo del Nano (Leonardo Uslengo), il figlio dodicenne, e la furia della moglie Laura (Laura Locatelli), l'Imbruttito si lancia con entusiasmo in questa nuova avventura in compagnia del fidato Giargiana (Valerio Airò Rochelmeyer), suo "stagista di una vita".

Con l'arrivo in Sardegna però il sogno si trasforma presto in un incubo: il chiringuito c'è e l'ambiente intorno è paradisiaco, ma si trova in una zona a dir poco remota dell'isola e gli abitanti del paese, Garroneddu, sono una comunità di semplici pastori avversi a ogni novità.

L'Imbruttito e i Sardi riusciranno a trovare un modo per convivere pur essendo così diversi?

NOTE DI REGIA

La scelta di realizzare “Mollo tutto e apro un chiringuito” è figlia di un percorso estremamente longevo e strutturato, che si è sviluppato nell’arco di 7 anni sulle piattaforme web più conosciute (Facebook, YouTube e Instagram principalmente).

Il punto di partenza è sicuramente il progetto editoriale de “Il Milanese Imbruttito” che nasce inizialmente come pagina Facebook e si è sviluppato più concretamente nella produzione di più di un centinaio di prodotti audiovisivi, divisi tra sketch, webserie e branded content. Alla base di questo progetto c’è l’idea di rappresentare in forma di maschera grottesca lo stereotipo del classico imprenditore meneghino, tutto “figa e fatturato”, che si muove come una trottola impazzita tra inglesismi fuori luogo, il lavoro, la famiglia, il lavoro, le idiosincrasie tipiche della metropoli lombarda, e soprattutto il lavoro.

Una volta individuate le linee guida attorno alle quali far muovere il personaggio principale, il nostro Milanese Imbruttito per l’appunto, lo sforzo è stato quello di individuare i caratteri secondari di questo mondo e coinvolgere degli interpreti in grado di restituire la comicità della scrittura in forma visiva. Da qui la scelta di inserire Germano Lanzoni, diventato ormai per tutti il suo stesso personaggio, e affiancargli Laura Locatelli e Leonardo Uslengo a casa, e Valerio Airò e Brenda Lodigiani in ufficio, rispettivamente il Giargiana, antitesi dell’Imbruttito e goffo stagista, e l’Imbruttita, la versione al femminile.

A un certo punto del percorso i personaggi hanno raggiunto la loro maturità narrativa, così come il progetto tutto è giunto a una notevole stabilità in termini di numeri e di fidelizzazione nel pubblico; lì è arrivata l’esigenza di trasportare questo mondo, che fino a quel momento era rimasto confinato all’interno di una “macchiettizzazione” bidimensionale, in un contesto più nobile e più complesso come quello del cinema; l’intenzione, fin dall’inizio, è stata quella di non limitarsi soltanto ad allungare il minutaggio ma cercare invece di dare alla storia e alle interazioni tra i personaggi la dignità propria del lungometraggio.

Si è trattato di capire come raccontare in 90 minuti personaggio e contesto, da una parte ovviamente “pescando” tra le dinamiche più conosciute del progetto web, per non snaturare il prodotto, dall’altra dando al film una struttura e un motore narrativo più cinematografico, tipico della classica commedia italiana, all’interno delle quali il personaggio potesse scontrarsi/incontrarsi con un universo diverso dal suo e subire un’evoluzione.

È dunque sembrato da subito necessario costruire nuovi personaggi, sia antagonisti che comprimari, che sostenessero questa nuova trama più complessa del “solito” sketch da 4 minuti, e che allo stesso tempo dessero nuova linfa vitale all’universo Imbruttito. Sono nati così Brera, l’antagonista del film,

Brusini, imprenditore *sui generis* che farà impazzire l'eroe di Milano, e il Boss del Milanese Imbruttito. Il fatto che abbiano accettato di interpretarli attori del calibro di Alessandro Betti, Paolo Calabresi e Claudio Bisio ha permesso di portarli ai massimi livelli sia in termini di resa comica che "drammaturgica".

"Mollo tutto e apro un chiringuito" è come se fosse in qualche modo diviso in due parti: da un lato il mondo "milanese", freddo, vorticoso, frenetico, quasi asettico, all'interno del quale il protagonista sembra muoversi con la sicurezza di un veterano e di cui conosce regole e stigmi; dall'altro il mondo sardo, caldo, umorale, tanto intenso quanto sincero, abitato da personaggi bizzarri ma dotati di un umanità sconosciuta all'universo dell'Imbruttito, che infatti inizialmente rifiutano totalmente cercando in tutti i modi di osteggiarlo.

A livello di scelte registiche e fotografiche, quindi, l'obiettivo è stato quello di assecondare questa dicotomia, utilizzando un linguaggio più vicino a quello del web e un viraggio dai toni più freddi per la parte iniziale, e spostandosi gradualmente invece verso uno stile più puramente cinematografico nella parte in Sardegna, con tonalità più calde e un utilizzo più deciso della *steadycam*, soprattutto come punto di vista del protagonista.

Una grande scoperta e soddisfazione, per noi autori e registi del film, sono state le settimane di riprese in Sardegna, per tanti motivi. A livello autorale, lo sforzo, speriamo riuscito, è stato quello di rappresentare un mondo come quello sardo, poco raccontato dal cinema nazionale, in maniera comica ma non banalizzandolo, dandogli una centralità visiva ma soprattutto narrativa.

A livello registico, invece, c'è stata la possibilità di mettere in scena contesti estremamente rappresentativi della Sardegna, come i nuraghe, le saline, e le più conosciute spiagge cristalline, e raccontare un problema che affligge la regione intera come quello dello spopolamento dei piccoli centri abitati.

L'autoironia del Milanese Imbruttito, che rappresenta un antieroe con cui si finisce per empatizzare nonostante tutto, funge insieme da contraltare e da sfogo rispetto ai suoi antagonisti sardi che, se all'inizio cercano giustamente di opporsi alla mentalità cittadina del protagonista, poi finiscono per trovare un modo estremamente attivo per collaborare e portare la vicenda verso il più "classico" dei lieti fini.

Pietro Belfiore, Davide Bonacina, Andrea Fadenti, Andrea Mazzarella, Davide Rossi

QMI

QMI è una content company indipendente che da diciassette anni opera da leader nel campo dell'entertainment. Grazie alle competenze integrate di uno staff che conta oltre cinquanta persone, QMI è un'azienda full-service capace di produrre e distribuire contenuti e di ideare progetti di branded entertainment. Considerata un punto di riferimento da produttori, distributori, streamer e broadcaster per il lancio e il finanziamento di contenuti, QMI è impegnata anche nella produzione cinematografica. Con diciannove opere finanziate, otto film prodotti e il prestigioso riconoscimento raggiunto con l'Orso d'Argento per la migliore sceneggiatura ottenuto a Berlino 2020 con "Favolacce", assieme a Pepito, QMI è attualmente impegnata nella produzione di nuovi film che vedranno la luce tra il 2021 e il 2022: quello del "Milanese Imbruttito – Mollo tutto e apro un chiringuito", noto format satirico che dal mondo dei social network approda al cinema con Medusa, e "L'ombra di Caravaggio", l'ambizioso lavoro di Michele Placido insieme con Golden Art. QMI è anche distributore di contenuti: oltre cinquanta eventi portati al cinema tra cui, con una formula fino a quel momento inedita per l'Italia, i concerti evento di Vasco Rossi, ancora imbattuti per record di incassi, e gli spettacoli e i concerti della Metropolitan Opera, del Teatro Bolshoi, della Royal Opera House.

IL MILANESE IMBRUTTITO

L'azienda

Nata come pagina Facebook nel 2013, oggi Il Milanese Imbruttito è un'agenzia creativa che opera nel mercato del content marketing e che, oltre ai 3 fondatori, riunisce diverse professionalità del settore della comunicazione digitale.

Punto di riferimento nel panorama italiano del social entertainment, nel corso degli anni Il Milanese Imbruttito ha sviluppato progetti editoriali e video per diversi clienti e brand internazionali tra cui Disney, Amazon, Sky, Samsung, PayPal, Microsoft e Coca-Cola.

Sono oltre 3 milioni le persone che seguono Il Milanese Imbruttito sui canali social [Facebook](#), [Instagram](#) e [YouTube](#). A questi, si aggiungono gli oltre 2 milioni di lettori che ogni mese si ritrovano su [ilmilaneseimbruttito.com](#), che racconta in chiave ironico-imbruttita tutto ciò che ruota intorno alla città di Milano.

La storia

Era un piovoso pomeriggio quando, il 7 marzo 2013, Tommaso Pozza, Federico Marisio e Marco De Crescenzo decisero di pubblicare il loro punto di vista sulle diverse realtà umano-metropolitane della città più imbruttita d'Italia. Un'idea chiara, semplice e precisa: utilizzare lo strumento social più usato in quegli anni per ironizzare su usi, costumi, linguaggio e abitudini dei milanesi.

Partendo da una scelta grafica efficace e un tone of voice sintetico, la pagina Facebook genera da subito grande interesse grazie a un meccanismo di riconoscimento/auto-riconoscimento ironico. Nel giro di un mese, raggiunti i 100.000 like, i tre founder decidono di consacrare il progetto organizzando un evento nel periodo del Salone del Mobile, a cui presero parte più di 2.500 persone.

Da "gioco", quindi, a opportunità di business: dopo l'apertura della società che controlla Il Milanese Imbruttito, la Shewants srl, lo sviluppo di progetti di licensing e merchandising, le prime sperimentazioni sul fronte "branded content", nel 2015 nascono il sito web e le prime "Interviste Imbruttite" con Luca Abbrescia, la voce del popolo e degli eventi.

Nel 2016 i 3 fondatori decidono di fare il "salto" e dedicarsi al 100% al progetto con l'apertura della loro prima sede fisica, ovviamente a Milano. Nello stesso anno, vedono la luce il profilo Instagram e i primi video sketch/comedy assieme ai partner produttivi del collettivo Il Terzo Segreto Di Satira.

I fondatori

TOMMASO POZZA

AD e responsabile della gestione commerciale e finanziaria

Nato a Padova in un caldissimo agosto del 1987 (per la gioia dei genitori), Tommaso Pozza è Amministratore Delegato e responsabile commerciale e finanziario de Il Milanese Imbruttito. In questo ruolo, si occupa di seguire gli accordi commerciali e la gestione finanziaria dell'azienda, nonché di avviare tutti i progetti creativi. Educazione classica, un esame di maturità da ricordare e un'avventura universitaria iniziata a Ferrara e finita a Milano: dal corso di Diritto Privato a quello di Comunicazione, media e pubblicità il passo era naturale. Arrivato a Milano, Tommaso entra subito in contatto con la realtà imbruttita che a quel tempo popolava la città.

All'ombra della Madonnina, affina le sue competenze professionali in PushPull, studio di post-produzione audio di famiglia, in cui si occupa di project management e copywriting. Qui trova spazio per creatività, progetti e clienti importanti, cazzeggio costruttivo e incroci di spessore, tra cui Andrea e Michele di Radio DeeJay, mentori d'eccezione, e Marco e Federico, amici, colleghi e futuri soci con cui fonda nel 2013 Il Milanese Imbruttito.

FEDERICO MARISIO

Creative Director e responsabile delle video produzioni

Nato a Varese in un freddissimo gennaio del 1987, Federico Marisio è Creative Director de Il Milanese Imbruttito: si occupa di gestire tutte le fasi della produzione dei contenuti video, dall'idea creativa alla realizzazione finale.

Cresciuto fra moto cross e giradischi, trova anche il tempo di finire un liceo scientifico vista lago e laurearsi in sound design. Dopo una breve ma non così breve esperienza a Ibiza, decide di tornare a Milano dove trova lavoro come tecnico del suono in PushPull, studio storico milanese di post produzione audio e video che dà i natali al progetto de Il Milanese Imbruttito. E' in questo contesto che affina le sue conoscenze nel settore della produzione audio-video, scopre le particolari dinamiche cliente-agenzia e viene a contatto con personaggi di rilievo con cui in seguito continuerà a portare avanti i suoi progetti, uno su tutti Luca Abbrescia.

Con queste premesse il 7 marzo 2013, dopo una serata andata un po' per le lunghe, crea insieme ai due colleghi, amici e futuri soci Tommaso e Marco il progetto Il Milanese Imbruttito.

MARCO DE CRESCENZIO

Brand Licencing Director e direttore generale della comunicazione social

Qualche anno dopo l'uscita nelle sale di *Si ringrazia la regione Puglia per averci fornito i milanesi* nasce a Taranto Marco De Crescenzo, cofondatore de Il Milanese Imbruttito: in azienda si occupa della comunicazione social e della gestione di tutti i prodotti imbruttiti, dalle cover agli iconici panettoni. Formazione scientifica, studi economici e master in startup, già durante gli studi Marco sviluppa una forte passione per la comunicazione contemporanea e i new business del magico mondo dei social.

Dopo un'esperienza da freelance come social-media-coso, approda in PushPull dove ha modo di osservare e capire le dinamiche e le radici del vero *imbruttimento* di Milano. Qui conosce quelli che sarebbero poi diventati i suoi soci, Tommaso e Federico e insieme ai quali, il 7 marzo 2013, dopo una serata andata per le lunghe, fonda Il Milanese Imbruttito.

I servizi

Nel corso degli anni Il Milanese Imbruttito ha collaborato con molti brand per sviluppare campagne video e social capaci di trasformarsi in contenuti emozionali per la community e di valore per i clienti.

Tra i brand che hanno scelto di lavorare con l'azienda nell'ultimo anno: Vodafone, Samsung, Sky, McDonald's, Google, Bosch, Facebook e Fiat. [Qui](#) sono disponibili alcune case history di successo.

Oltre alla creazione e produzione di contenuti digitali originali, Il Milanese Imbruttito si è inoltre specializzato negli anni nell'ideazione e sviluppo di prodotti brandizzati diventati iconici. Dalle tazze alle cover per smartphone, dalle t-shirt alle felpe, passando anche dai dolci natalizi come il Panettone Imbruttito e il nuovo Pandoro del Giargiana.

I Personaggi de Il Milanese Imbruttito

Negli anni Il Milanese Imbruttito ha creato diversi personaggi, ricorrenti nei suoi video, che sono ormai conosciuti e amati da tutta la community. Ogni personaggio ha le sue caratteristiche e peculiarità personali che ne permettono la riconoscibilità immediata al grande pubblico: **l'Imbruttito**, interpretato da Germano Lanzoni, **l'Imbruttita**, interpretata da Brenda Lodigiani, **il Giargiana**, interpretato da Valerio Airò e **il Nano**, interpretato da Leonardo Uslengo.

Il Milanese Imbruttito in numeri

- i canali social:
 - [Facebook](#): +1.9m di fan
 - [Instagram](#): +619k follower

- [YouTube](#): +490k iscritti

LE REGOLE DELL' IMBRUTTITO

Ogni mattina in Africa, una gazzella si sveglia, e sa che dovrà correre più veloce del leone perché altrimenti verrà uccisa

Ogni mattina nella city, un Imbruttito si sveglia e sa che dovrà correre più veloce di tutti per fatturare

L'Imbruttito sintetizza qualsiasi cosa in una parola TAAAC

L'Imbruttito mette la cialda nella macchinetta del caffè già la sera prima

L'imbruttito legge le mail mentre si lava i denti, organizza meeting mentre si veste e, passandosi il cellulare da una mano all'altra, manda un vocale.

L'imbruttito chiama l'ascensore prima di chiudere la porta di casa.

L'imbruttito guida un Suv di alto livello e si destreggia nel traffico e sa evitare le code se la circonvalla è imballata e ha la frase giusta per ogni colore del semaforo: Cazzofreni che è verde! Cazzosuoni che è rosso! Cazzorallenti che è arancione!

L'imbruttito ha un mantra per il business che sintetizza con due F: Figa e Fatturato

L'imbruttito usa solo inglesismi:

Engagement
Mindset
Strategy
Confident
Business
Know how
Locals
Incubator
Angel Business
Start up
Office
Family

Per l'Imbruttito l'aperitivo è categorico: un apostrofo rosè tra l'office e la family.

La family dell'Imbruttito è composta: moglie, quarantenne di bell'aspetto e sempre vestita all'ultima moda e dal NANO, figlio tredicenne vestito come il padre.

L'Imbruttito d'inverno va a Courma e d'Estate a Santa.

É sempre in sbattimento.

Conosce tutti

Va di fretta, sempre.

Suona ossessivamente il clacson, anche a cazzo.

Odia i ciclisti

Odia i pedoni

Odia gli altri automobilisti

Ogni marciapiede è un papabile parcheggio creativo.

A Milano Non usa mezzi pubblici.

Guida l'auto convinto di guidare uno scooter.

Sushino? Pizzino? Cafferino?

Preventivo, fattura, incasso.

In pausa pranzo per 15 minuti; 30 sono troppi.

É sempre al telefono e quando vuole paccarti ti scrive: "Ti richiamo subito";
"Scusa non posso rispondere"; "Sono in riunione, ti richiamo"

GERMANO LANZONI

Germano Lanzoni è un giullare contemporaneo: attore, comico, docente, formatore e webstar irriverente di grande successo. *Ambassador della comicità* quale strumento di conoscenza e di gestione efficace delle relazioni interpersonali, è cresciuto tra gli spazi off, teatri, locali di cabaret e centri sociali. Oggi lo chiamano "*il comunicatore contemporaneo*": mettendo al centro l'essere umano e lavorando sul costrutto di "ironia relazionale" e di "potenziale comico" insito in ogni persona, è professore aggiunto presso l'Università Bicocca e founder di *HBE - Human Business Entertainment*, hub creativo che sperimenta l'utilizzo dell'umorismo quale forma di comunicazione funzionale all'intrattenimento, al business e al benessere, ampliando la visione di cultura della comicità applicata all'universo aziendale. Amato da una parte di Milano, quella Rossonera, è speaker ufficiale del Milan dal 2000. Nel 2004 debutta al Teatro Ciak con "Un pugno di comici contro la violenza" con Andrea Pellizzari e Flavio Settegrani. Nel 2007 fonda con Rafael Didoni *Democomica*, progetto in cui si inseriscono i comici più alternativa della città di Milano (progetto poi diventato residente al Teatro Franco Parenti). Dal 2010 è attore del *Terzo Segreto di Satira* (dove spesso interpreta il ruolo del leghista) e dal 2013 è l'attore del "Signor Imbruttito", protagonista del fenomeno social *Il Milanese Imbruttito*, ruolo che gli è valso la notorietà a livello nazionale trasformandolo nell'archetipo dell'imbruttito.

Nel 2013 debutta con la regia di Debora Villa nello spettacolo (T)RECITAL - UNO SPETTACOLO DI DISCO scritto e interpretato insieme a Flavio Pirini e Rafael Didoni. Fondatore del progetto "Milano 5.0", autore e attore insieme a Flavio Pirini Walter Leonardi Rafael Didoni Folco Orselli. Resident show allo Spirit de Milan (tutti i martedì) e Premiata trattoria Arlati (tutti i giovedì).

Nel corso degli anni, come conduttore e speaker di eventi aziendali e sportivi, ha consolidato l'entertainment da palco lavorando alla direzione artistica degli eventi esterni con Radio Italia, RadioDeeJay ed RDS.

VALERIO AIRÒ ROCHELMAYER

Stand up comedian originale e unico nel suo genere, per sua stessa ammissione "ha fatto dello schifo un vanto".

Noto al pubblico dei locali come comico irriverente e acclamatissimo, porta in scena il suo best of "La ballata dell'Airò" mietendo dei sold out che lui stesso stenta a comprendere.

In tv ha partecipato a Stand Up Comedy (Comedy Central); Zelig Time (Zelig Tv); B come Sabato (Rai2).

Sul web è il Giargiana del Milanese imbruttito.

Al cinema ha recitato nel film del Terzo Segreto di Satira: Si muore tutti democristiani.

BENITO URGU

Inizia nel mondo dello spettacolo con il circo finché, non ancora ventenne, divenne cantante del gruppo Gatto Nero ENAL, posteriormente chiamato I nuraghi. Con loro inizia ad esibirsi nelle sale da ballo e nelle piazze della provincia. Successivamente fonderà insieme ad altri i Barrittas e presenteranno al Premio Arpa, insieme a Su Twist 'e Giuannica di qualche anno prima, il nuovo testo Whisky, birra e Johnny Cola. Quest'ultimo, quadretto ironico sulla gioventù oristanese dell'epoca, sarà anche la sua prima incisione nel 1964. Insieme a I Barrittas Urgu inizia a raccogliere i primi discreti successi. Inseriti nel genere beat, propongono cover in italiano di musica internazionale come *Mi Appartieni Ancora* (Go Now dei Moody Blues), *Rhonda*, *Aiuto* (Help me Rhonda dei Beach Boys) e una versione di Sunshine of Your Love dei Cream (in italiano *Ritorno da Te*), brani country-western come *Arizona* o dal sapore più sentimentale come *Filo di Seta*. Nel 1966 col loro quarto album si inseriscono con successo nel fenomeno delle messe beat, nato dal desiderio giovanile di poter pregare cantando e suonando con stili e strumenti moderni. Il lavoro si chiama *La Messa dei Giovani* e viene eseguita in prima assoluta nella cappella Borromini a Roma alla presenza di un foltissimo pubblico e dei mass media. Tuttora è considerato un cult dagli amanti del beat italiano, gode di un certo valore collezionistico ed è stato recentemente ristampato in formato digitale. Il successo che gli conferì la notorietà assoluta è il singolo 45 giri *Sexy Fonna* del 1977, parodia del celeberrimo Je t'aime... moi non plus di Serge Gainsbourg e Jane Birkin. Nei primi anni ottanta scrive musiche e testi per *Su Mummuttone*, insieme ad altri autori. Si tratta di un musical in lingua sarda, prima opera nel suo genere. Fra il 1984 e il 1992 mette in scena una serie di spettacoli di grande successo: *Visitors*, *Polvere di stelle*, *La Prefica*, *Un giorno in pretura* (che vede l'esordio di Pier Francesco Loche), *Chi l'ha visto*, *Ciccitta è facendo salciccia*, *Tuttourgu*, *Latte e cozze*, *Bugie*, *Tonteddu*. Ogni spettacolo viene inciso su musicassetta e immesso sul mercato, ottenendo un'ottima accoglienza da parte del pubblico, tanto che *Visitors* è la cassetta più venduta di tutti i tempi, relativamente alla Sardegna. Nel 1990 Urgu viene chiamato da Piero Chiambretti a collaborare al fortunato programma televisivo *Prove Tecniche di Trasmissione*, in onda su Rai 3. L'anno seguente partecipa a *Piacere Raiuno*, condotto da Toto Cutugno, e alla trasmissione di Rai Tre *La Piscina* con Alba Parietti. Nel medesimo anno viene scelto dalla regista Anna di Francisca per recitare nella serie TV, prodotta dalla Rai, *Casanostra*. La fiction partecipa ed è selezionata in vari festival e premi (Umbria Fiction, Prix Europa 92, Premio Italia 93, etc). È poi coautore e interprete della commedia musicale *Boghes De Domo*, prodotta e trasmessa dalla Rai sulla terza rete. Nel 1997 lavora al fianco di Piero Chiambretti a *L'Inviato Speciale*, in onda su Rai uno e a Carosello, con Ambra Angiolini, su Rai 2. Nel 2001 lavora con Giorgio Panariello a *Torno Sabato*, fortunata

trasmissione del sabato sera di Rai Uno. Nel 2004 e 2005 è al fianco, ancora una volta, di Piero Chiambretti in *Markette - Tutto fa brodo in TV* e *Markette Doppio Brodo*, in onda su LA7. Nel 2006 lavora con Nino Frassica, prima nel varietà *Suonare Stellain* onda su Rai 2, e poi a *Colorado Cafè*, in onda su Italia 1. Nel 2008, ancora con Frassica, partecipa al programma di Carlo Conti *I Migliori*

LAURA LOCATELLI

Laura Locatelli, laureata in scienze della comunicazione, arriva al teatro partendo da dietro le quinte, occupandosi di promozione e marketing per spettacoli dal vivo.

Dal 2010 inizia l'avventura come attrice professionista e prende parte al cast di programmi e serie televisive come *Camera Cafè*, *Non uccidere*, *Alex&co*, *Ris Roma 3*, *Untraditional 2*, *Le Mani dentro la Città* e *Un Posto al Sole*.

Dal 2016 è la moglie del *Milanese Imbruttito*, co-protagonista di video da milioni di visualizzazioni per il web e del film *Mollo tutto e apro un chiringuito* in uscita nelle sale a novembre 2021.

Protagonista di decine di spot televisivi e web per i maggiori brand nazionali e internazionali, ha interpretato titoli classici e contemporanei in teatro (*Prometeo*, *Ricorda con rabbia*, *Frankenstein*) e colleziona come le figurine i ruoli più disparati nel cinema indipendente.

Collabora come consulente e formatrice dal 2001 con diverse realtà aziendali sui temi della comunicazione efficace e autentica, video e public speaking, personal branding, teatro e crescita del potenziale personale.

PAOLO CALABRESI

Nel 1990 si diploma alla scuola del Piccolo Teatro di Milano diretta da Giorgio Strehler. In teatro lavora con i più grandi registi italiani come Strehler, Ronconi, Castri e Missiroli. Dal 1991 a oggi partecipa a circa cinquanta spettacoli teatrali, anche di rilievo internazionale come *Arlecchino servitore di due padroni* del Piccolo Teatro di Milano (1991-1997), *Sogno di una notte di mezza estate* del Teatro di Dusseldorf (Festival di Berlino 1998), *Questa sera si recita a soggetto* al Burgtheater di Vienna (2000).

Tra i film più importanti, *Tutta colpa di Freud* di Paolo Genovese, *Smetto quando voglio* di Sydney Sibilia, *Un Natale stupefacente* di Volfango De Biasi, *Ti ricordi di me?* di Rolando Ravello, *La Corrispondenza* di Giuseppe Tornatore, nonché *Diaz* di Daniele Vicari, *I Vicerè* di Roberto Faenza, e *Bentornato Presidente* di Stasi e Fontana.

Per Netflix è uno dei protagonisti della serie di successo *Baby*.

Nel marzo 2021 è il maestro Leonildo su Rai1 nel film *La bambina che non voleva cantare* diretto da Costanza Quatriglio.

STEFANO e MICHELE MANCA

I fratelli Michele e Stefano Manca, insistono da più di vent'anni a portare i loro spettacoli comici in giro per i teatri italiani (ma anche in Francia, Spagna e Germania), passando per piazze, club e programmi televisivi;

hanno studiato recitazione all'*École Philippe Gaulier* di Parigi e *Bont's International Clownschool* in Spagna, insegnano discipline dello spettacolo, scrivono libri, il loro primo film "Bianco di Babbudoiu" (2016) è tuttora in distribuzione worldwide su *Amazon Prime Video*, mentre il secondo, intitolato "Come se non ci fosse un domani" (2019), è attualmente disponibile in streaming in Russia, Paesi Baltici e Repubbliche Ex-URSS.

Stefano (Sassari 28/08/1972) e Michele (Sassari 26/09/1975) fondano nel 1997 il gruppo comico *Pino e gli Anticorpi*, col quale si fanno conoscere al pubblico italiano, grazie alla partecipazione a una serie di programmi TV ("Scherzi a parte" 2000-2003; "Colorado" dal 2005 al 2020; "Festival di Sanremo" 2016, etc.).

Nel 2008 nasce *Babbudoiu Corporation Srl*, la casa di produzione con la quale iniziano a produrre e coprodurre film indipendenti e che amministra i diritti d'immagine e i canali social del duo, tra cui la pagina Facebook "Pinolalavatricereal" che ha oltre 1,3 milioni di follower.

Oltre che nei loro film hanno recitato in una serie di pellicole, tra le quali: "Fuga di cervelli" (2013), regia di Paolo Ruffini, "Mi chiamava Valerio" (2014) e "Devil inside" (2015) di Igor Biddau, "I Giganti" (2021) regia di Bonifacio Angius e "Mollo tutto e apro un Chiringuito" (2021) regia di Fadenti, Rossi, Mazzearella, Bonacina e Belfiore.