

LUCKY  RED

presenta

RIIDE

regia di

JACOPO RONDINELLI

scritto, co-prodotto e con la direzione creativa di

FABIO GUAGLIONE e FABIO RESINARO

con

**LUDOVIC HUGHES
LORENZO RICHELMY
SIMONE LABARGA
MATT RIPPY**

durata

102 min.

Tutti i materiali stampa del film sono scaricabili dal sito www.luckyred.it/press

Per maggiori informazioni www.rideifilm.it

www.facebook.com/rideifilm

IG #rideifilm

DAL 6 SETTEMBRE AL CINEMA

distribuito da

LUCKY  RED

in associazione con



3 MARYS
ENTERTAINMENT

UFFICIO STAMPA

LUCKY RED

Alessandra Tieri (+39 335.8480787 a.tieri@luckyred.it)
Georgette Ranucci (+39 335.5943393 g.ranucci@luckyred.it)
Olga Brucciani (+39 388.4486258 o.brucciani@luckyred.it)

CAST ARTISTICO

Kyle **LUDOVIC HUGHES**
Max **LORENZO RICHELMI**
Clara **SIMONE LABARGA**
Cristine **NATHALIE RAPTI GOMEZ**
Henri Owl **MATT RIPPY**

CAST TECNICO

Regia di **JACOPO RONDINELLI**
Scritto da **FABIO GUAGLIONE**
FABIO RESINARO
MARCO SANI
Direttori Creativi **FABIO & FABIO**
Direttore della fotografia **PAOLO BELLAN**
Montaggio di **FILIPPO MAURO BONI**
FABIO GUAGLIONE
Scenografo **FABRIZIO D'ARPINO**
Costumista **VERONICA LOPEZ**
Musica di **ANDREA BONINI**
MASSIMILIANO MARGAGLIO
Effetti Visivi **EDI EFFETTI DIGITALI ITALIANI**
HIVE DIVISION
Casting **CASTING THE BRIDGE**
TERESA RAZZAUTI
Prodotto da **ANDREA OCCHIPINTI**
FABIO GUAGLIONE
FABIO RESINARO
GUIA INVERNIZZI CUMINETTI
STEFANO PARASILITI
Produttori associati **STEFANO MASSENZI**
MATTIA GUERRA
Produttore esecutivo **TOMMASO ARRIGHI**

Una Produzione **Lucky Red** e **Mercurious** con **TIMVISION**

in associazione con

VIRIS

ai sensi della legge sul Tax Credit

in collaborazione con



SINOSI

Max (Lorenzo Richelmy) e Kyle (Ludovic Hughes) sono due riders acrobatici. Quando ricevono l'invito a partecipare a una misteriosa gara di downhill con in palio 250.000\$, accettano senza esitazione per poi scoprire - ormai troppo tardi - di doversi spingere oltre i limiti delle loro possibilità fisiche e psicologiche. Quella che affronteranno sarà una corsa estrema per la sopravvivenza.

NOTE DI REGIA

La sceneggiatura di *Ride* è stata scritta con l'intento di fondere diversi linguaggi narrativi. L'idea di base è quella di sfruttare il tipico linguaggio dei film cosiddetti *Found Footage*, quelli cioè, in cui non esiste un narratore esterno che guida il racconto ma tutta la narrazione avviene attraverso dei filmati girati dai personaggi stessi.

Ci piaceva mostrare l'immaginario dei filmati sportivi, tipicamente girati dagli atleti stessi con Action-Cam, calandolo però in una solida struttura narrativa di genere. Questo tipo di linguaggio sportivo e d'azione si sgancia per la prima volta dal contenitore documentaristico per mettersi al servizio di una narrazione cinematografica.

Il mix di Thriller-Azione-Sportivo, raccontato attraverso un linguaggio in prima persona, con i personaggi che diventano i principali punti di vista della narrazione, ci è da subito sembrato originale è ancora intentato.

La difficoltà principale è stata quella di riuscire a strutturare il film con i vincoli che il Found-Footage impone. Il rischio era quello di forzare eccessivamente gli eventi affinché i personaggi potessero raccontare visivamente quello di cui avevamo bisogno. Ma siamo riusciti a creare un contenitore narrativo che giustificasse questo meccanismo.

Abbiamo, infatti, deciso di raccontare la storia di due giovani atleti di sport estremi, due personaggi che rappresentano appieno il modo in cui le nuove generazioni gestiscono i social media, condividono la loro vita e le loro imprese sportive quasi in diretta costantemente. È quindi più che credibile che, quando i due protagonisti vengono coinvolti nella pericolosissima competizione organizzata da una misteriosa organizzazione, filmino ogni istante della gara.

Questa forte motivazione dei personaggi, che accettano e, anzi, desiderano che tutto quello che accade venga filmato, ci ha consentito di strutturare una narrazione che potesse procedere attraverso tutte le tipiche fasi del viaggio dell'eroe.

Abbiamo anche deciso di fare in modo che l'organizzazione segreta che gestisce la gara fosse una sorta di metafora di "Grande Fratello", che attraverso la capacità di infiltrarsi nella rete, nei profili social, nei dispositivi dei concorrenti, fosse anche in grado di fornirci ulteriori elementi per raccontare i personaggi.

La storia in generale, di fatto, è metafora dell'ormai diffusa idea "dell'apparire per esistere". I nostri protagonisti sono apparentemente personaggi "ribelli" che rifiutano il sistema e vivono la loro vita 'adrelinica' sempre sul confine della legalità. Ma, alla fine capiamo che sono le prime vittime del sistema, perché ne hanno bisogno proprio per sentirsi oppositori dello stesso.

Jacopo Rondinelli

IL PROGETTO

RIDE nasce dalla mente di Fabio Guaglione e Fabio Resinaro, noti anche come Fabio&Fabio, autori e registi del fortunato “Mine” con Armie Hammer, uscito in Italia nel 2016.

Il film è stato scritto a sei mani, insieme a Marco Sani (*Addio fottuti musici verdi, Suburra 2*) concependolo da subito come un film di genere, un thriller innovativo e sperimentale al tempo stesso, con un cast di attori internazionali. Fabio&Fabio hanno curato il film come supervisor artistici, seguendo ogni aspetto in prima persona a partire dalla scelta di affidarlo al regista Jacopo Rondinelli, talento milanese conosciuto per i numerosi importanti videoclip diretti per artisti come Eros Ramazzotti, Subsonica, Caparezza, Tiziano Ferro, Fedez, Max Gazzè, Salmo e per commercial realizzati per Red Bull, Sky, Motta.

Per Fabio&Fabio si tratta della seconda esperienza di questa formula produttiva. Prima di “Mine” hanno infatti realizzato come autori e supervisor artistici “True Love”, diretto da Enrico Nasino, anch’esso un thriller in lingua inglese con cast internazionale, co-prodotto da Wildside, Rai Cinema, TF1 International e Peter Safran.

Il film è girato in inglese e vede nel cast Ludovic Hughes nel ruolo di Kyle, Simone Labarga nel ruolo di Simone, l’italiano, ma perfettamente bilingue, Lorenzo Richelmy (protagonista della serie TV di Netflix *Marco Polo*) e infine, l’antagonista Mr Owl, interpretato dall’esperto caratterista Matt Rippy (*Rogue One: A Star Wars Story, The Crown*).

L’internazionalità è stata ricercata non solo nel cast artistico ma anche in quello tecnico. I capi reparto sono stati accuratamente selezionati tra i giovani talenti italiani che avessero già un’esperienza specifica con film di genere e in lingua inglese.

Il Direttore della fotografia è Paolo Bellan, noto dop di commercial e videoclip, con grande esperienza nell’uso delle camere digitali. Bellan aveva già collaborato con Fabio&Fabio per la fotografia di “True Love”. Il montaggio del film è firmato a quattro mani da Filippo Mauro Boni e Fabio Guaglione che insieme hanno già realizzato “Mine” ricevendo una candidatura ai Nastri d’Argento. Per il musicista la scelta è ricaduta sull’autore della colonna sonora di “Mine” Andrea Bonini, che collabora con Fabio&Fabio sin dai successi dei primi corti.

INTERVISTA CON JACOPO RONDINELLI, FABIO GUAGLIONE E FABIO RESINARO

Iniziamo con una domanda “personale”. Qual è il rapporto che vi lega? Come vi siete conosciuti?

FG: Io e Fabio siamo andati a scuola insieme, quindi ci conosciamo praticamente da sempre. Ma anche con Jacopo ci conosciamo da un sacco di tempo. Faceva parte di un gruppo musicale e con Fabio abbiamo girato due video clip per loro. Ci siamo conosciuti così e abbiamo subito capito di avere mille interessi in comune. Più volte abbiamo provato a lavorare insieme e l'occasione è arrivata con *Ride*. A me e a Fabio è sempre piaciuta l'idea di sviluppare progetti in cui sono coinvolte più persone, a cui collaboriamo senza essere i registi. L'idea sarebbe quella di sviluppare una vera e propria factory di contenuti, inseriti nel contesto che sempre più persone hanno cominciato a chiamare “Nuovo Cinema Italiano”. Vorremmo essere fautori e produttori di operazioni di questo tipo, lavorando dietro le quinte assieme a giovani registi, in modo da solidificare e rendere possibile una new wave italiana che sia forte nel belpaese ma che possa anche creare contenuti dalle ambizioni internazionali. Questo film nello specifico avrebbe avuto all'interno l'estetica di mondi che Jacopo conosce bene, come il videoclip o il videogioco, per cui abbiamo pensato che potesse essere la collaborazione giusta in cui ognuno avrebbe potuto dare il suo valore aggiunto, combinando le rispettive competenze.

JR: Confermo. Io ho fatto tanti lavori in forma breve: spot, videoclip, documentari – un altro ambito che mi piace molto – però questo è il primo vero lungometraggio di fiction. E sono contento perché è un lavoro che mi ha preso non solo sotto il punto di vista della regia ma per altri tantissimi aspetti. Abbiamo curato insieme il production design, ho realizzato personalmente anche alcuni oggetti di scena, come la maschera del Dark Rider. Credo di aver dato al film un valore aggiunto mettendo a disposizione le competenze formate negli anni. Mi rendo conto che è abbastanza folle iniziare con un progetto così particolare e sono molto curioso di sapere come la gente lo prenderà perché non è un film classico. È un film che nelle intenzioni, nella scrittura, nel come si sviluppa la trama è concepito come un block buster ma a tutti gli effetti è un film sperimentale. Questa è una delle caratteristiche che mi ha fatto accettare e mi ha fatto mettere anima e cuore in questo progetto.

Come nasce l'idea di 'Ride'?

FG: L'idea è nata quando Marco Sani, con il quale avevamo iniziato a collaborare, ci ha portato un soggetto che definiva “*Duel sulle bici*”, in cui un gruppo di ciclisti si filmava mettendosi delle microcamere Go Pro addosso e veniva massacrato da un pazzo nei boschi, una specie di slasher. Lo spunto sulle Go Pro era interessante per creare un nuovo tipo di film, un nuovo tipo di linguaggio. Utilizzando le action cam potevamo creare una moltitudine di punti camera, contenendo però il budget. Abbiamo quindi cercato fin dall'inizio di ampliare la storia e da lì è nata l'idea del reality show, del tema del nostro rapporto con la tecnologia e quindi abbiamo iniziato a capire cosa volevamo dire con il film, che elementi simbolici e che metafore usare per realizzare un thriller di genere. Perché “*Ride*” è di sicuro un film di intrattenimento pompato con gli steroidi, ma nasce comunque dalla volontà di raccontare qualcosa. Il film ha un suo messaggio di fondo, è di sicuro un'allegoria dei tempi che stiamo vivendo. In un certo senso è il ritratto di una generazione e del suo rapporto con i media, dell'illusione che l'apparire possa essere un modo per risolvere i problemi dell'essere. Tutti noi in fondo siamo riders, costretti a correre in un sistema fatto di regole per sopravvivere, per accumulare punti, visibilità, soldi.

JR: Aggiungerei che fin da subito l'idea è stata quella di raccontare non solo una storia ma offrire un'esperienza in cui lo spettatore venisse costretto ad utilizzare i suoi sensi all'ennesima potenza.

FG: Sì, ci siamo sempre prefissati lo scopo di creare un'ora e mezza di viaggio esperienziale.

Il film è un cocktail di generi molto originale per il panorama cinematografico italiano...

FR: Sì, è un film in cui il linguaggio delle action cam viene trasferito in un racconto thriller, mystery, sport, action. Molto action! È un'azione data proprio dalla natura dello sport estremo, amplificata dal mezzo con cui la riprendiamo. Non si è mai fatto un film così, e dall'inizio abbiamo pensato che fosse un progetto assolutamente folle da realizzare. Era difficile immaginarsi il risultato finale...

JR: Oltre ai generi cinematografici citati da Fabio, nel film c'è una commistione di altri generi visivi, ad esempio il videogioco. Come estetica *Ride* ricorda infatti molto alcuni videogiochi in soggettiva, in cui puoi cambiare la visuale. Anche la trama rimanda all'universo dei game: c'è una gara, ci sono dei punti che quando vengono raggiunti danno dei bonus, c'è il cattivo che cerca di impedirti di compiere la missione, il "boss di fine livello". Quindi ci molti sono degli stereotipi tipici dei videogiochi. Il linguaggio di base però è quello utilizzato negli sport d'azione, quello dei filmati caricati su Youtube da appassionati. Filmati che però sono sempre stati confinati solo in rete e che noi abbiamo incorniciato in una vera e propria storia da maxi schermo.

FG: Aggiungiamo che nel film si ritrovano anche gli stilemi di personaggi caratterizzati anche visivamente quasi come super eroi, volti a creare un look iconografico ben preciso. Da quando Jacopo è entrato nel progetto ha poi portato una serie di idee narrative e visive che hanno innestato all'impianto della storia anche una venatura fantascientifica, o meglio, più fantascientifica di quanto fosse all'inizio. Per me ora il film si è spostato dall'essere un horror ad un fanta-thriller.

FR: Quindi assolutamente un mix di generi che però riescono a convivere in maniera assolutamente unica.

A proposito di action cam, come è stato girare con Go Pro?

FG: *Ride* è il film che ha la media di camere utilizzate per scena più alta della storia del cinema.

JR: Ogni attore aveva tre camere: una sul petto, una dietro le spalle e una sul casco. Inoltre avevano delle camere anche sulle bici che riprendevano l'azione, e molte altre posizionate e nascoste negli ambienti. Noi dalla regia vedevamo solo una parte di queste perché essendo più di 20 sarebbe state pressoché impossibile monitorarle tutte in diretta. Soprattutto in remoto, e in un bosco!

FR: Precisamente erano minimo 15 camere tra attori e biciclette, più quelle sparse per il bosco, più due SONY che lavoravano con lo zoom a simulare delle camere di sorveglianza. Quindi facilmente più di 20 macchine da presa e la troupe doveva ogni volta andare a mimetizzarsi con l'ambiente perché quello che andavamo a riprendere era a 360°.

FG: Sul set è nato il neologismo "operatore" o "cameratore" perché gli attori ci raccontavano che, essendo consci di essere anche cameraman attraverso i loro stessi movimenti, tutti i loro gesti fossero amplificati. Per loro è stata un'esperienza incredibile perché dovevano essere molto più consci del loro corpo, che in questo film era più che mai uno strumento di espressione. Anche prendere un bicchiere, sapendo che veniva ripreso dal casco, dal petto e da dietro le spalle dava un nuovo significato ad ogni loro gesto. Ci hanno detto che era come se avessero tutti i sensi iper sviluppati. Sapevano che ogni loro movimento avrebbe influenzato più che mai il film.

JR: Sì, con gli attori è stato svolto un lavoro davvero meticoloso per far loro gestire con consapevolezza le inquadrature dalle camere poste su sui loro corpi. È stato da subito fondamentale stabilire come dosare e valorizzare i molteplici punti macchina, per non correre il rischio di saturare lo spettatore con un linguaggio troppo frenetico o con un'estetica che risultasse ripetitiva. Per questo il film alterna momenti estremamente adrenalinici a fasi più distensive e più simili al cinema classico, con un maggior utilizzo di camere con teleobiettivi che spiano i protagonisti da lontano... Gli attori all'inizio, ad esempio, erano straniti dal fatto di essere lasciati soli in mezzo al bosco. Di solito hanno intorno la troupe che probabilmente dà loro anche una certa sicurezza. Invece nel nostro caso, sempre per l'ampia visuale delle Go Pro, dovevamo stare tutti lontani e nascosti. Per loro ogni tanto era come recitare a teatro...in un bosco però. E senza pubblico. Anche questa una cosa che mi fa pensare all'unicità di questo film.

Perché avete deciso di girare il film in inglese?

FG: Oltre che per logiche di mercato e quindi per fare un film italiano rivolto al mondo, la scelta dell'inglese è legata al genere. Quando inizi a usare il genere in questo modo, con questo tipo di elementi, se hai degli attori che parlano italiano il pubblico fa fatica a immaginarlo credibile. Quindi la storia influenza inevitabilmente la lingua utilizzata. *Gomorra*, ad esempio, non potrebbe essere recitato diversamente... Quindi la scelta di girarlo in inglese nasce prevalentemente dalla volontà di conferire maggiore credibilità e autenticità ai personaggi, aiutando quindi il pubblico a riconoscerli come verosimili. È un fattore di sospensione dell'incredulità.

Parlateci del casting...

JR: Abbiamo visto oltre 200 attori. Kyle e Clara hanno dei caratteri molto definiti e quindi, oltre alla bravura e alla capacità di recitare, ci servivano delle fisionomie di un certo tipo: sono due sportivi, quindi dovevano essere prestanti, agili, ma con carattere, capaci di interpretare varie sfumature di stati d'animo. Siamo molto contenti del risultato. Non avevamo le seconde scelte e quando l'attore che avrebbe dovuto interpretare Max si è disintegrato la clavicola a una settimana dalle riprese, si è creato il panico. A quel punto sapevamo chi dovevamo chiamare. Conoscevamo Lorenzo ma le nostre strade lavorative non si erano mai incrociate...

FG: Come se niente fosse l'ho chiamato, e gli ho detto "Ciao Lorenzo, c'è un progettino di cui vorrei parlarti, però se ti interessa dovresti partire subito..." Lui stava in vacanza a Barcellona. Noi aspettavamo con ansia il suo responso, lui mi ha richiamato e ha detto "Guarda sono arrivato a pagina 40 ma vi dico già di sì solo per vedere come ca**o girerete questo film".

JR: Devo dire che Lorenzo Richelmy è stato il vero paladino della situazione: è arrivato e ha salvato il film, nonostante il precedente attore scelto per interpretare Max fosse uno stuntman che da due mesi lavorava alle coreografie. In cinque giorni Lorenzo ha recuperato due mesi di preparazione, dimostrando grandissima professionalità. Poi un'attenzione particolare la voglio dedicare al personaggio Henri Owl. Quando siamo andati a Londra a fare il casting e abbiamo visto Matt Rippy, appena ha iniziato a parlare abbiamo capito che sarebbe stato lui... C'è stato un feeling immediato. Il personaggio e l'attore erano incollati l'uno sull'altro.

FG: Riprendendo quanto detto a proposito di Lorenzo, è stato veramente bravissimo ed è perfetto nella parte di Max. Pur conoscendolo e stimandolo da tempo, non lo avevamo considerato perché ci piaceva l'idea che fossero tutti madrelingua. Col senno di poi siamo contenti che sia andata così perché il contest che vediamo nel film è internazionale, quindi è più che credibile che i partecipanti arrivino da parti diverse

del mondo. È stato il classico incidente in cui il Destino ti offre una mano, se la riconosci e la vuoi afferrare. Non avrebbe potuto esserci un altro Max al di fuori di Lorenzo.

I personaggi hanno un look particolare...

JR: Credo che se la storia di tre personaggi che fanno una gara in bicicletta non fosse stata ammantata di un minimo di epicità, rischiava di non appassionare più di tanto. Nessuno fino a questo momento aveva riempito l'immaginario dell'universo riders di un'iconografia vicina ai supereroi. Inoltre il film è costruito fondamentalmente su tre personaggi che quindi dovevano essere fortemente caratterizzati, quasi stereotipati.

FG: La scelta dei colori dell'abbigliamento, ad esempio, nasce da una riflessione estetica e concettuale. Estetica perché ci piaceva richiamarci ad un immaginario a noi molto caro, come quello giapponese: gli eroi con i caschi rimandano inevitabilmente ai cartoni animati Tatsunoko degli anni '70 con cui siamo cresciuti da Hurricane Polymar a Kyashan; poi c'è un discorso cromatico che tenesse conto dell'ambientazione boschiva e dei caratteri dei personaggi: Kyle ad esempio indossa colori primari, il rosso e il blu ed il bianco che sono poi i colori dei classici supereroi come Superman, Spiderman ma anche Marty Mc Fly! Quest'ultimo è stata una vera influenza, tanto è vero che Kyle indossa dei pantaloni Jeans. Il costume di Kyle ricorda un po' anche quello di Ant Man della Marvel. Max, invece, ha colori più acidi: verde, giallo, ha il pantalone mimetico perché è uno che tende a nascondersi, che non sai mai cosa pensi. Clara invece è caratterizzata da un lilla ed un viola che sono apparentemente delle associazioni tipicamente femminili, ma nel film scopriremo avere un valore diverso...

JR: E poi c'è il nostro cattivone, il Dark Rider. Sembra uscito direttamente da un film anni '80.

FR: Abbiamo creato noi il suo look. È vestito come un mix tra un cattivo di Ken Il Guerriero, un GI Joe e Mad Max.

JR: Ricordo che è stato molto strano quando abbiamo visto per la prima volta i personaggi entrare in un bosco, in costume, dotati di Go Pro, mentre li osservavamo a distanza nei monitor. Con i loro caschi, i loro zaini... Sembrava di vedere una spedizione di strani astronauti moderni...

FG: C'è da dire una cosa interessante per quanto riguarda il racconto: nonostante appaiano come dei veri e propri eroi in costume, ci siamo concentrati sul raccontare dei veri e propri antieroi. Con gli attori parlavamo di "Dislikeable character you love", ovvero personaggi che in fondo, se guardi bene le loro azioni, sono spiacevoli e quasi mai davvero eroici, ma che non puoi fare a meno di sentire familiari. È un po' il concetto subliminale di tutto il film, fare apparire figa e accattivante una cosa che in realtà non è propriamente bellissima o morale... Anche in questo senso il film vuole essere uno specchio iper-pop dei tempi che stiamo vivendo.

Quali sono i riferimenti cinematografici e non che vi hanno ispirato e che possiamo ritrovare nel film?

FG: Il film è un tentativo di creare una visione originale che sia un mashup di altri generi, altri film, altri videogames, altre serie tv. Il modello ispirazionale primario è innegabilmente "L'implacabile", cult anni 80 con Arnold Schwarzenegger tratto da un libro di Stephen King che ci aveva visto lungo riguardo al futuro. Da esso abbiamo ripreso, se vogliamo, anche un certo cinismo e un certo gusto kitch. Nel film c'è anche tanto *Lost*, con i suoi temi, le sue ambivalenze, il suo modo di raccontare e creare mistero. Jacopo ha portato anche tanto Black Mirror nel suo modo di vedere la storia. Il film è infarcito di micro e macro

citazioni. Più lavoravamo al film e più ci rendevamo conto che stavamo creando un parco giochi per noi e per gli altri, e che potevamo metterci dentro tante cose che amiamo e che abbiamo amato nella nostra infanzia. Fare questo film è stato un grande, faticosissimo gioco...

JR: Nel film sono poi forti i riferimenti al rapporto tra l'uomo e la tecnologia, all'interazione con le app. Quindi ritroviamo temi inerenti la comunicazione contemporanea presentati in maniera molto pop, parliamo di un mondo che rincorre i like, le condivisioni sui social... Credo che il film sia una metafora del rapporto tra le nuove generazioni, i social network e i device con cui chiunque è ormai costantemente connesso alla rete. Per questo volevamo dare al film una forte impronta stilistica legata alle grafiche che proiettasse lo spettatore in un contenitore multimediale simile ai reality di nuova generazione, a cui preme vivere tutto in diretta facebook. La tecnica found footage con cui vengono affrontate le tematiche del film da luogo ad un linguaggio post moderno, generando uno scenario visionario, distopico, a tratti quasi fantascientifico. Qualcosa di inedito ed estremamente innovativo nel panorama cinematografico italiano.

FG: Sì, a tal proposito vale la pena dire che bella sceneggiatura i monoliti erano obelischi, quando poi è arrivato Jacopo abbiamo introdotto questo elemento organicamente e abbiamo realizzato che dovessero essere proprio dei monoliti che richiamassero la figura di uno smartphone, all'interno del quale c'è tutta la nostra vita. Non a caso li attivano premendo un pollice, ricreando il gesto del like...

È difficile immaginare la regia di 20 camere...

JR: Per un film del genere la regia non è una regia classica. Tutto è partito facendo dei test per capire dove mettere le camere perché le scene non fossero noiose, non facessero venire la nausea, che potessero essere intervallate tra di loro senza che fosse uno zapping fine a se stesso. È un film con tante variabili. Non abbiamo potuto ovviamente fare lo storyboard con una quantità di camere del genere, tutte con una focale molto grandangolata e causa dei movimenti imprevedibili generati dai personaggi Ci siamo molto concentrati tra il rapporto tra camere e attori. È stato poi piacevole scoprire dopo al montaggio che avevamo scene buone catturate con casualità. C'è da dire poi che le action cam non sono pensate per girare il film, per cui noi abbiamo dovuto anche pensare un sistema che tramettesse le immagini alla regia. Insomma, un lavorone.

Cosa è successo al montaggio?

FG: Non so se è mai esistito un film così. È stato tosto, principalmente per la mole di girato incredibile. In più abbiamo dovuto elaborare un metodo per montarlo. Non potevamo vedere tutto il girato e poi selezionarlo. Se pensi che ci sono stati dei take che duravano 4 minuti, ripresi da 20 camere. Significa 80 minuti! Per ogni scena avevamo una media di 8 take a scena, fai tu i conti... Abbiamo deciso quindi di creare uno schema di punti macchina, di inquadrature che per noi avesse un senso. Una volta fatto quello andavamo a scegliere il take di recitazione migliore e in base a quello andavamo a incasellare tutto. Ma purtroppo alle volte quello che inquadravano gli attori magari era decentrato e quindi andavamo a sostituire quelle immagini e quindi nonostante il film fosse girato "live" in multicam, abbiamo comunque avuto problemi di continuità. Anche con miriadi di punti di vista-, abbiamo sempre cercato di privilegiare le performance degli attori nella scelta del materiale. Il lavoro più grosso di montaggio è stato poi quello di creare un giusto bilanciamento tra "l'effetto Go Pro" e la fruizione di un film normale. Il montaggio del film è infatti stato fatto, anche se non sembra, attraverso la classica grammatica cinematografica, anche se il multicam ci ha permesso spesso di aggirare le regole di montaggio classiche quando volevamo spiazzare lo spettatore. Un film così poi è stato pazzesco da fare perché finché non abbiamo montato tra di loro le prime immagini, nessuno poteva immaginarselo...

Poi ci sono gli effetti speciali?

JR: Sì, c'è stato un grosso lavoro di effetti speciali. Non ci siamo proprio risparmiati su alcune scene. Le varie interazioni sui monoliti, ambienti ricreati da zero., le schermate grafiche dei loro device... Poi essendo girato con action cam, non avevamo mai un punto cieco, per cui, per quanto mascherati con l'ambiente, alcuni elementi di produzione -di troupe li abbiamo dovuti rimuovere in post produzione. L'altra difficoltà di fare gli effetti speciali in un film del genere è mettere gli effetti su scene molto movimentate.

Cosa ti piace di più di Ride?

JR: Il fatto che sia un film non dà tutte le risposte. Ci sono delle esche narrative che lasciano presupporre degli scenari ma lasciamo allo spettatore dei vuoti da colmare. Il fatto di non spiegare tutto secondo me permette al film di vivere più a lungo, anche dopo l'esperienza cinematografica. Anche se Ride è puro intrattenimento secondo me invita lo spettatore a farsi delle domande.

"Ride" non è solo un film...

FG: Esattamente... più evolveva il film, più era chiaro che stavamo costruendo un pezzettino di un mondo: perché i protagonisti avevano un passato che per ovvie ragioni non potevamo raccontare, così come non potevamo sviluppare personaggi che si intravedono soltanto. Ci venivano un sacco di domande su come poteva essere il loro "prima" e su quello poteva essere il loro "dopo". Noi siamo cresciuti con un certo cinema che viene dagli Stati Uniti e dall'Oriente, in cui è prassi elaborare un concept e declinarlo in varie forme. Ad un certo punto ci è stato chiaro che avevamo tra le mani un mondo che sarebbe stato bello raccontare attraverso diversi media, però non facendolo con un semplice adattamento della storia del film ma raccontando pezzi diversi di quella storia, espandendola. E quindi da lì l'idea di un fumetto che svelasse tutto quello che è successo a Clara prima del suo incontro con Max nel film e di un romanzo che raccontasse la storia di un personaggio del film che sembra secondario ma che in realtà ci permette di capire meglio cos'è la Black Babylon, come ragiona, perché agisce così. In questo modo lo spettatore può accedere a più informazioni rispetto a quelle che offre il film. È come esplorare un mondo da diversi punti di vista. Poi c'è da dire che Ride sembra quasi nato per diventare un videogioco, chissà che questo non succeda...

JR: ovviamente, lavorando al film, nelle nostre teste il mondo dietro Ride si è espanso notevolmente riguardo tutto quello che è successo e che potrebbe succedere in futuro...

FG: Vedremo se il pubblico vorrà tornare ad esplorare quel mondo, per saperne di più. Noi siamo pronti. Ride or Die.

LOCATION

L'ambientazione-cuore del film è in un bike park immerso nei boschi e tra le montagne. Il film è stato girato a settembre in Italia, in Trentino, con la precisa volontà di dare al film un'identità europea e italiana. Quella che vediamo è la storia di due personaggi del 'Nord America' che partecipano ad un contest di downhill che si svolge sulle Alpi, sulle Dolomiti, in Trentino.

I luoghi in cui sono state girate le scene sono:

Canyon Rio Sass - Fondo, Val di Non (TN)

Croz dell'Altissimo, Molveno (TN)

Torrente Sporeggio, Spormaggiore (TN)

Rifugio Dosson - Pian Dosson, Andalo (TN)

Località Nembia - San Lorenzo Dorsino (TN)

Lago di Santa Colomba (TN)

Presidio ospedaliero Villa Igea - Trento

Torrente Leno - loc. San Colombano, Robvereto (TN)

Museo Gallerie di Piedicastello - Piedicastello, Trento (TN)

Forte Pozzacchio - frazione Pozzacchio, Trambileno (TN)

Rifugio Bindesi - Villazzano, Trento (TN)

Casinò di Arco - Arco (TN)

Rifugio Rosetta - Pale di San Martino, San Martino di Castrozza (TN)

San Martino Bike Arena ,San Martino di Castrozza (Tn)

Dolomiti Paganella Bike, Molveno (TN)

I PERSONAGGI

KYLE

Per vivere compie performance di sport estremi cercando di essere sponsorizzato da brand di vario genere. Performances che poi posta su youtube inseguendo sempre record di like. È sposato con Christine e hanno una bambina di 3 anni, Mia. Tra lui e la compagna c'è tensione perché Christine vorrebbe che smettesse di rischiare la vita ogni giorno e si trovasse un lavoro stabile. Kyle ne soffre, la capisce e capisce le proprie responsabilità ma per lui il rischio, quella vita è come l'aria, non sa se può farne a meno. Tuttavia vuole provarci, per questo decide di partecipare al contest per provare a vincere una somma importante, dare delle garanzie economiche alla famiglia e provare a smettere.

MAX

Bello e sfrontato, vive alla giornata, senza legami se non con Kyle. I due sono molto amici e come Kyle anche Max pratica sport estremi e filma le sue performance per vivere, sempre alla ricerca di sponsor e like su youtube. È un latin lover ed ha dei forti debiti con tipi poco raccomandabili che lo mettono alle strette dandogli un ultimatum mortale per essere rimborsati. Anche lui quindi accetta il rischio del misterioso contest per cercare di vincere e togliersi dai guai.

CLARA

Bellissima ragazza che si presenta ai nostri due protagonisti in preda al panico, nel bel mezzo del contest. Sappiamo poco di lei. La sua fragilità e dolcezza iniziale si trasformano presto in determinazione per la sopravvivenza.

HENRY OWL

Sorridente cinquantenne, una via di mezzo tra James Bond e l'agente Cooper di Twin Peaks. È il portavoce dell'organizzazione misteriosa del contest, la Black Babylon. I suoi modi eleganti accompagnano i nostri protagonisti nel corso della gara, accogliendoli, spiegando loro le regole e lasciano piano piano venir fuori sempre di più la natura malvagia e sadica dell'organizzazione. Anche lui una pedina o invece proprio la mente diabolica della Black Babylon?

BIOGRAFIE

LORENZO RICHELMY

Figlio d'arte, nasce a La Spezia nel 1990, trasferitosi con la famiglia a Roma nel 1994, passerà l'adolescenza e intraprenderà la carriera scolastica nella capitale, dove conseguirà la maturità classica nel 2008

La prima esperienza come attore risale all'età di otto anni quando interpreta un ruolo nello spettacolo teatrale "Il Gran Sasso strizza l'occhio al Frejus" di E. Vittoriani per la regia di Italo Spinelli.

In seguito è protagonista per due stagioni (1999-2000) nello spettacolo "Zio Mario" per la regia di Mario Prospero al Teatro Politecnico di Roma.

Nel 2002 inizia la sua carriera cinematografica, viene infatti scelto per interpretare il figlio di Rocco Papaleo ed Elena Sofia Ricci ne *Il pranzo della domenica* dei fratelli Vanzina.

Nel 2007 inizia invece il suo percorso nella fiction nostrana, viene scelto per interpretare il ruolo di Cesare Schifani nella serie tv *I Liceali* per la regia di Lucio Pellegrini. Esperienza che bisserà anche con una seconda serie.

Nel 2008 riceve il premio come "Personalità Europea Emergente", assegnatogli dal Ministero del Turismo. Terminate le riprese de *I Liceali*, viene ammesso al Centro Sperimentale di Cinematografia di Cinecittà (come alunno più giovane mai ammesso nella storia del CSC) scelta che gli garantisce una formazione professionale di alto livello, che gli permette di partecipare a numerosi cortometraggi e lavori teatrali, nonché alla serie web *Alice non lo sa* diretta da Alessandro Guida. Nel 2010 accompagna un gruppo di cineasti udinesi formati alla London Film Academy per girare la loro opera prima come protagonista *Fat cat*, una dark comedy prodotta grazie alla quale Lorenzo riceve una nomination come miglior attore protagonista al Festival Internazionale dei film di genere di Bruxelles e in altri 3 festival di cinema di genere in California.

Il 2012 per Lorenzo è un anno ricco di impegni.

Sul fronte della fiction sarà occupato in un progetto sia in RAI diretto da Umberto Marino che, grazie alla sua padronanza dell'inglese, nella serie internazionale *Borgia's*

Inoltre, accetta la sfida di portare il porno in chiave comica, senza scadere nel volgare, interpretando il ruolo offertogli dal gruppo di autori "Buon Costume" nella webserie *Kubrick- una storia porno*. Infine per il grande schermo gira due opere prime: *Terra e vento* di Sebastian Maulucci, e soprattutto è il protagonista assoluto del nuovo film prodotto dal CSC e che sarà nelle sale a novembre grazie alla Filmauro *Terzo tempo* per la regia di Enrico Maria Artale.

Lorenzo fa parte del nuovo film di Carlo Verdone *Sotto una buona stella* come protagonista insieme a Paola Cortellesi, Carlo Verdone e Tea Falco; il film è un grande successo di box office. Dopo una lunga ricerca e molte sessioni di casting in tutto il mondo, Lorenzo vince la concorrenza internazionale grazie al suo talento, l'audizione finale per il ruolo principale di *Marco Polo* per la stessa serie televisiva internazionale di Weinstein e Netflix. La stagione 1 di Marco Polo è un enorme successo mondiale e grazie a questo Lorenzo nell'estate del 2015 gira la stagione 2 in Malesia. Concluso questo capitolo internazionale, Lorenzo torna in Italia e gira diversi lungometraggi importanti tra i quali: *Una questione privata* per la regia dei f.lli Taviani (presentato al Festival di Toronto 2017), *La ragazza nella nebbia* per la regia di Donato Carrisi entrambi presentati alla Festa del cinema di Roma 2017, *Vita spericolata* di Marco Ponti, *Ride* insieme ad un cast tutto internazionale. Attualmente Lorenzo è impegnato sul set di un'altra serie internazionale Netflix *Sanctuary* e ha appena ultimato le riprese di *Dormiremo da vecchi* per la regia di Fabio Resinaro e del documentario per Sky Arte *Klimt e Schiele Eros e psiche* che uscirà nelle sale come evento il prossimo autunno.

JACOPO RONDINELLI

Jacopo ha iniziato la sua carriera negli anni '90, lavorando come scenografo e realizzatore di effetti speciali per la Pubblicità, la Tv e il Cinema, collaborando, tra gli altri, con Gabriele Salvatores e Lina Wertmüller.

Nel 2003, insieme ad alcuni musicisti italiani e internazionali, tra cui Max Gazzè, Giorgia, Amanda Lear, Martina Topley Bird, Bluvertigo, ha fondato il collettivo musicale "JetLag" pubblicato da Sony Music.

Nello stesso periodo ha lavorato ad oltre 50 videoclip per artisti nazionali e internazionali come Eros Ramazzotti, The Bloody Beetroots, Tiziano Ferro, Subsonica, Caparezza Max Gazzè, Salmo, sperimentando nuove tecniche e ricevendo molti riconoscimenti.

Negli ultimi anni ha prodotto e diretto spot e promo per alcuni importanti brand: Red Bull, MTV, Sector, Tossot, Renault, Gatorade, Freddy, Vodafone, Meybelline New York, Comedy Central.

Recentemente ha collaborato alla realizzazione di documentari per MTV e Sky Arte HD che lo hanno portato in giro per il mondo.

Ride è il suo primo lungometraggio.

FABIO GUAGLIONE e FABIO RESINARO

Fabio Resinaro (1980) e Fabio Guaglione (1981) si conoscono nel 1995 in un liceo scientifico di San Donato Milanese. Entrambi appassionati di fumetti, scrittura, cinema, musica e tutto ciò che riguarda la comunicazione, sviluppano diversi progetti in comune. Tra i banchi di scuola conoscono anche il futuro compositore musicale di tutti i loro lavori, Andrea Bonini (1981). Senza iscriversi a nessun corso o scuola di cinema, iniziano a "infiltrarsi" nell'ambiente cinematografico preferendo la pratica alla teoria. Mentre collaborano con diverse aziende occupandosi di svariati settori (sviluppo soggetto e trattamenti per Harold, supervisione doppiaggio serie animate presso D.e.a. per Yamato Video, realizzazione fanzine per Edizioni Lo Vecchio e Panini, gestione dell'immagine coordinata di alcune aziende locali, primo commercial proiettato al cinema per Direct English), nel 2001 danno vita al loro primo piccolo progetto, "TI CHIAMO IO", un cortometraggio realizzato con una semplice miniDV, che qualche tempo dopo vincerà il Film Race Contest indetto da MediaFilm e sarà distribuito a livello nazionale in dvd da Medusa Home Entertainment, diventando un vero e proprio cult tra gli appassionati del genere. Tramite l'esperienza fatta con Ti chiamo io, iniziano il loro percorso di filmmaking indipendente, caratterizzato dalla gestione della totalità di ogni progetto, dall'ideazione al mix finale audio. Già in Ti chiamo io, spiccano alcune sequenze caratterizzate dall'uso di effetti speciali realizzati a zero budget. La natura del corto, concepito e realizzato all'alba dell'era digitale home made (sono tra i primi in Italia a comprare e usare una scheda Firewire) è già intrisa della componente pionieristica dei lavori del duo. Il cortometraggio richiama attenzione tra gli addetti ai lavori, e serve da "garante" sulla qualità dei progetti che Fabio & Fabio propongono ai potenziali collaboratori che incontrano. Mentre girano alcuni spot, filmati aziendali e videoclip, iniziano a lavorare come art directors, sfx supervisors e sceneggiatori, e nel 2004 raggruppano un team con cui iniziano il loro successivo ambizioso progetto: un cortometraggio di fantascienza girato in 35 mm dal titolo "E:D:E:N". A causa della natura atipica dell'iniziativa per un paese come l'Italia, che comporta diverse difficoltà organizzative, disguidi tecnici e burocratici, la realizzazione del corto richiede più tempo del previsto. Dall'ideazione al completamento finale, passano quasi due anni. E:d:e:n fa molto parlare di sé tra gli addetti ai lavori, e "Fabio & Fabio" inizia così a essere un nome sempre più pronunciato dalle persone interessate al nuovo sangue del cinema italiano, grazie anche ai riconoscimenti ottenuti a diversi festival (Nastri D'Argento 2004, Arcipelago Film Festival 2004, Sky Tv Award 2004, Future Film Festival 2005, ecc) soprattutto al di fuori dei

confini italiani (Seattle Science Fiction film Festival 2008, Emirates Film Festival 2008, Boston Science Fiction Festival 2008, Festival Nèmo 2005, Dragon Con 2004, Manchester Festival of Fantastic 2004, ecc). E:d:e:n infatti partecipa a numerosi festival internazionali, vincendo diversi premi e accumulando prestigiosi riconoscimenti. Il piccolo fenomeno "Science Fiction made in Italy" attira sui due giovani talenti l'attenzione di grandi compagnie desiderose di stringere accordi per progetti futuri, come Sky Italia. Il risultato di questa prima joint venture è "THE SILVER ROPE", un ambizioso mediometraggio drammatico/ fantascientifico. L'opera (pianificata per essere il possibile trailer di progetto ad ampia gittata), realizzata in collaborazione con gli investitori privati della Metaxa Productions, richiede ingenti sforzi produttivi, diversi attori, molte location, tre mesi di pre-produzione e cinque di post-produzione per un ammontare consistente di effetti speciali, facendo dell'opera di 30 minuti un vero e proprio evento internazionale nell'ambito dei cortometraggi. A partire dal 2006, con The Silver Rope Fabio&Fabio viaggiano da un festival internazionale all'altro (Pifan International Film Festival 2007, Utopiales 2007, Court Metrange 2007, New York International Independent Film & Video Festival 2007, Venice Circuito Off 2007, SciencePlus Fiction 2006, ecc), realizzando al contempo Spot Pubblicitari per De Agostini e nuovi videoclip per Sony ed Emi (Jetlag feat. Raf & Max Gazzè, Zeropositivo, ecc). Nel frattempo la collaborazione con MediaFilm continua. Guaglione e Resinaro si occupano della realizzazione di alcuni contenuti extra per i dvd del catalogo Medusa; docu-fiction sul bioterrorismo, sulle case infestate e sulla natura dei crac finanziari dell'era moderna. Ma questi non solo i soli documentari su cui Fabio&Fabio lavorano; il duo infatti realizza "E:d:e:n – the making of", documentario sulla realizzazione del cortometraggio fantascientifico italiano, e prosegue co-producendo con Davide Ghizzoni il making of "Creating The Silver Rope". Quest'ultimo viene realizzato in concomitanza con una tesi di Laurea che vede come oggetto il mediometraggio di Fabio&Fabio. Mentre sviluppano i loro primi progetti per cinema e televisione, i due giovani registi vengono contattati dall'Ordine Degli Architetti Piemonte per un'iniziativa collegata al grande evento dell'anno solare 2008, che vede Torino nominata Worldwide Capital of Design. Vengono così incaricati di realizzare un mediometraggio che costituirà uno degli eventi cardine degli Off Congress organizzati dagli UIA (Unione Internazionale Architetti). Il nuovo mini-kolossal, "AFTERVILLE", vede riunite le forze di BB Productions, FastForward e Filmmaster Clip per la produzione, con il sostegno della Torino Film Commission. Al progetto partecipano molti nomi noti, tra cui Livio Magnini dei Bluvertigo nella colonna sonora (sempre in coppia con Andrea Bonini), i Subsonica per la title track, il celebre scrittore Cyberpunk Bruce Sterling (che recita in un cameo). La presentazione dell'iniziativa alla stampa prevede la proiezione di un lungo teaser e del filmato "Afterville:Tomorrow comes today", sempre realizzato in collaborazione con Ghizzoni, che narra le fasi della realizzazione dell'ambizioso medio metraggio. Afterville diventa così un'anomalia: un medio metraggio già atteso e con una release date fissata, proprio come un film. La premiere al cinema Massimo di Torino registra un afflusso di 1500 persone, record assoluto nel panorama delle fiction a breve durata. Anche le proiezioni successive a Milano e Napoli registrano il tutto esaurito, ed il bis a Torino alle OGR fa staccare addirittura 2500 biglietti. Il corto vince prestigiosi premi: Miglior Corto di Fantascienza al Rhode Island Film Festival 2008, Miglior Corto Europeo al Sitges – Festival de Cinema de Catalunya 2008, Candidato al Meliès D'Or 2009, Candidato alla miglior fotografia agli Oscar Europei del Cinema Indipendente Grand Off 2008, Jury Prize all' Ann Arbor Film Festival 2009, Best Short Film all' Icon 2008, ecc e partecipa a diversi prestigiosissimi festival internazionali: evento speciale al Bilbao Fantasy Film Festival 2009, Seattle International Film Festival 2009, Florida Film Festival 2009, Utopiales 2008, PifanPuchon International Fantastic Film Festival 2008 Warszawa ON/OFF 2008, Venice Off 2008, Lund Fantastik Film Festival 2008, Leuven Short Film Festival 2008, e molti altri. Il duo creativo realizza intanto nuovi videoclip: "L'Ultima Risposta" dei Subsonica (Emi), "Il Giorno Migliore" de Le Mani (Universal). Nell'autunno nel 2008 si dedicano alla direzione di promo e tv idents: curano assieme allo studio di design FastForward la campagna autunnale de La7, e si occupano del re-branding totale della televisione nazionale svizzera, RSI, scrivendo e

dirigendo 20 promo spot da 10 secondi l'uno. I cortometraggi di Fabio&Fabio iniziano a essere diffusi ufficialmente su diverse piattaforme: in Italia Afterville è in palinsesto su Steel – Sci fi Channel (Mediaset Premium) per il digitale terrestre, mentre E:d:e:n e The Silver Rope, dopo anni di satellitare su Sky, passano in rotazione su Mtv per la tv in chiaro e in streaming su Qoob.tv per il web. Ma è il festival di Sitges, dove vincono per il Best European Short movie Award, a segnare una importante svolta. Un membro della giuria è un producer americano della 20th Fox, che li contatta immediatamente per conoscerli. Alla fine del 2008 Afterville diventa il cortometraggio primo in classifica nella International Watch List 2008, lista stilata dagli executive e i producers più importanti delle major americane, volte ad individuare i film, i cortometraggi e i registi non – americani più importanti dell'anno. Al festival Utopiales 2008 di Nantes, accade un evento più unico che raro: pur non avendo ancora realizzato effettivamente nessun lungometraggio, i registi sono i protagonisti di una retrospettiva cinematografica. Di fronte ad un imponente afflusso di spettatori francesi vengono proiettati in sequenza E:d:e:n, The Silver Rope e, per la prima volta in Francia, Afterville. Il successo per la partecipazione di The Silver Rope di due anni prima è tale da spingere i direttori del festival a chiamare una band sul palco che esegua durante la proiezione una composizione musicale ex-novo e live del cortometraggio, creando un evento multimediale molto particolare che riscuote grande clamore. Da Gennaio 2009, Fabio&Fabio sono rappresentati in Usa dalla CAA, la talent agency più importante di Hollywood, e il loro management americano è affidato alla The Safran Company; loro progetto viene acquisito e messo in sviluppo dalla 20th Century Fox. Nella prima metà del 2009 girano il videoclip "Aprila" di Biagio Antonacci, canzone soundtrack del blockbuster italiano "Ex", per la regia di Fausto Brizzi. Rinnovano la loro collaborazione con il celebre cantante in occasione del videoclip di "Tra te e il Mare". Continuano dedicandosi alla creazione di mini-format Tv, tra cui il cult "I MIEI GENITORI SPIEGANO LOST", per il network multipiattaforma Bonsai-Tv. Mentre lavorano al development di diversi progetti con alcune Major americane, dirigono commercial per marchi come BioNike (2010) e Danone (2010), un videoclip musicale per il gruppo internazionale TheFilmakers, "Taken" (2010), corporate per Gucci (2010), una nuova campagna promozionale per RSI composta da 8 idents (2010) e curano la postproduzione e gli effetti speciali di diverse produzioni tra cui il video "Voglio molto di più" dei Negramaro (2011) e "In una selva oscura" di Tricarico (2011). Nella seconda metà del 2009 fondano la loro società, la MERCURIO DOMINA, la cui prima produzione ufficiale è il cortometraggio "MYSHOES" (2011), nel quale Fabio&Fabio rivestono il ruolo di creative producers. Regista e sceneggiatrice dello short movie è la giovanissima Elisa Resinaro, supportata in tutto e per tutto da Guaglione e Resinaro, che curano la regia del videoclip omonimo dei TheFilmakers, per la title track del corto. L'opera prima di Elisa Resinaro, promossa dalla Metaxa Productions, viene immediatamente selezionata ad alcuni prestigiosi festival di genere tra cui Fantasia 2011 (Montreal, Canada), Rhode Island Film Festival 2011 (Rhode Island, USA), Grossman 7th Fantastic Film and Wine Festival 2011 (Ljutomer, Slovenia), Imaginaria Film Festival 2011 (Conversano, Italy), Espoo Cine International Film Festival 2011 (Espoo, Finland), Film Forum Zadar Festival (Uglijan, Croazia), Aesthetica Short Film Festival (York, UK), Fancine – Fantastic Film Festival of Malaga 2011 (Malaga, Spain), Deboshir Pure Dreams Film Festival 2011 (Saint Petersburg Russia), Milan International Film Festival 2012 (Milan, Italy), Cinema City International Film Festival (Serbia) ed ottiene il suo primo riconoscimento ufficiale all' l've Seen Film Festival 2011 (Milano, Italia) di cui principale testimonial è Rutger Hauer, dove vince il "Premio per la miglior creatività" decretato da una giuria composta tra gli altri da Robert Rodriguez, Ridley Scott e Paul Verhoeven. Attualmente MyShoes è disponibile sulle piattaforme digitali Mubi.com e Indieflix.com. Nel biennio 2010-2011 la Mercurio Domina produce il lungometraggio "TRUE LOVE", una coproduzione Italia/Stati Uniti girata tra Milano e Los Angeles. Il progetto, un psychological thriller con venature sci fi, è una joint venture tra la società di Fabio&Fabio, la Wildside (tra i cui fondatori risultano Fausto Brizzi, Marco Martani, Lorenzo Mieli e Mario Gianani) e Peter Safran (già produttore del film "Buried - Sepolto" con Ryan Reynolds). Guaglione e Resinaro lavorano al film in qualità di sceneggiatori, creative

producers e produttori, cercando di imprimere la loro visione in ogni fase realizzativa del progetto. La Mercurio Domina si occupa della totalità della postproduzione e degli effetti visivi del film, il cui regista è Enrico Clerico Nasino, storico aiuto regia del duo, ricreando quindi un sodalizio collaudato. Sulla sola base dello script il progetto già in fase di pre-produzione entra nella library di TF1 International, che gestirà le vendite internazionali del prodotto a partire dall'American Film Market 2011. In occasione del market al Festival di Cannes 2011, Rai Cinema lo annuncia come il primo di uno slate di titoli diretti da registi emergenti destinati in primi al web (progetto "web movies") e lo pre-acquisisce per la televisione. Nel 2011 curano la regia e gli effetti visivi della campagna di promo SkyGo per le emittenti SKY, e la collaborazione con la pay-Tv continua nei primi mesi del 2012 con la realizzazione del filmato promozionale SKY SPORT I-RACE. Sempre nei primi mesi del 2012, la Mercurio Domina si occupa dei Visual FX della campagna pubblicitaria TELECOM "la sorprendente storia d'Italia" e a seguire degli spot per DUREX, PIRELLI, ALLIANZ. Nel frattempo True Love, dopo essere stato proiettato per gli addetti ai lavori all'American Film Market di Los Angeles e all'European Film Market di Berlino, esordisce nella sua premiere mondiale a Londra, presso la prestigiosa sala NFT1 del British Film Institute, in occasione del festival Sci Fi London, e viene poi selezionato per festival internazionali quali Shangai International Film Festival 2012, Los Angeles Scream Fest 2012, FantaFestival 2012, Razor Reel Film Festival 2012, Grossman Film Festival 2012, Sopot Film Festival 2012, Abertoir – National Horror Film Festival of Wales. Il Film ottiene un ottimo riscontro dai buyer internazionali e viene venduto in più di 70 paesi, risultato straordinario per un microbudget movie indipendente. La release italiana avviene in un primo momento sulle piattaforme digitali Cubovision.it, RaiCinema Channel e iTunes. Successivamente il piano di lancio prevede un'edizione home video e uno sfruttamento tv sui canali Rai. Seguiranno Australia, Nuova Zelanda, Germania, Austria, Turchia, Portogallo, Svizzera, Slovenia, Ungheria, Polonia, Bulgaria, Serbia, Belgio, Olanda, Lussemburgo, Thailandia e Giappone (dove il film è stato distribuito nei cinema) e molti altri paesi. Dopo l'esperienza di True Love, i protagonisti guadagneranno fama crescente, John Brotherton con The Conjuring, Dexter e Fast and Furious 7; Ellen Hollman con la serie tv Spartacus e Into The Badlands. Nel 2013 la Mercurio Domina mette in cantiere un mini-slate di 3 microbudget movies sulla scia di True Love: "GLITCH", "MAKE ME ETERNAL" e "RIDE", sui quali Fabio&Fabio ricopriranno i ruoli di sceneggiatori e produttori creativi. I tre progetti sono attualmente in fase di sviluppo e fund raising. Ma la grossa news arriva all'inizio del 2014. Variety annuncia la nascita di un nuovo progetto, "MINE": un film scritto e diretto da Fabio&Fabio, prodotto da Peter Safran (produttore di "Buried" e reduce dal successo di "L'evocazione – the conjuring", smash hit da 500 milioni di dollari al botteghino) e la sua Safran Company. Il protagonista della pellicola sarà Armie Hammer ("The Lone Ranger", "The Social Network", "J.Edgar", "The man from U.N.C.L.E."), produttore esecutivo del film assieme a Miguel Faura (Già produttore di "Enemy" ed "Escobar"). L'international sales è K5, che ha annunciato il film al market del Festival di Cannes 2014 e l'ha presentato all'American Film Market 2014. Al cast del film si sono aggiunti Annabelle Wallis (protagonista dell'horror "Annabelle", un'altra hit da più di 150 milioni di dollari al box office prodotta da Safran, nonché star del serial tv "Peeky Blinders" e dell'imminente "La Mummia" con Tom Cruise) e Tom Cullen (membro del cast fisso di "Downtown Abbey" e protagonista del cult "Weekend"). Anche in "Mine" Guaglione e Resinaro si occupano di tutta la trafila creativa e realizzativa; seppur coadiuvati da collaboratori, seguono in prima persona la scrittura, la fase di storyboard, la preparazione, le riprese, il montaggio, la realizzazione degli effetti digitali, la composizione della colonna sonora, la postproduzione audio e video, il mix finale. Pur in un progetto essenzialmente commerciale, Fabio&Fabio intendono essere costantemente coinvolti per infondergli una sensibilità autoriale. All'evento Lucca Comics & Games 2014 (un successo straordinario che vede più di 250.000 biglietti staccati) presentano il primo fumetto della Mercurio Domina, "THE NEW WORLD", pubblicato dall'editore indie "Villain comics". Il progetto è concepito per essere il punto di partenza di una serie di volumi nonché il materiale sorgente per l'adattamento attraverso differenti media. "MINE" viene

completato nel 2016 e venduto in tutto il mondo al mercato di Cannes. Il primo paese a distribuirlo è l'Italia per EAGLE PICTURES; al box office è il film sorpresa della stagione, totalizzando più di 1 milione e 400 mila euro. Viene candidato a 2 DAVID DI DONATELLO (miglior regia esordiente e migliori effetti speciali digitali) e 2 NASTRI D'ARGENTO (miglior regia esordiente e miglior montaggio) e le vendite home video, in ben 4 edizioni diverse, aumentano la dimensione cult del film. Immediatamente successive saranno l'uscita in USA, per il distributore specializzato in thriller internazionali WELL GO USA, in Spagna per la prestigiosa eONE e in tutto il resto del mondo per UNIVERSAL PICTURES. Il film registra ottime prestazioni in varie nazioni tra cui spiccano i successi di Regno Unito, Hong Kong e Germania, diventando il terzo titolo home video più remunerativo per il colosso distributivo dal 2017 ad oggi. Al European Film Market di Berlino 2017 viene annunciata la partnership con LUCKY RED e TRUE COLOURS sul progetto RIDE, il primo thriller sportivo interamente girato in Go Pro, scritto e supervisionato creativamente da Fabio&Fabio, nei cinema dal 6 settembre 2018. Il film vede come coprotagonista Lorenzo Richelmy, già protagonista della serie "MARCO POLO" per Netflix, ed è preacquistato da TimVision. Il duo è costantemente al lavoro su diversi progetti per cinema, tv e web dal taglio internazionale, impegnati nella costruzione di una vera e propria factory di contenuti multimediali da scrivere, dirigere e produrre.

LA CAMPAGNA “BLACK BABYLON”

Lucky Red ha iniziato la promozione di RIDE attraverso una inedita e criptica campagna che ha interessato il mondo degli appassionati di “riding”.

Dai primi di aprile 2018, infatti, alcuni materiali del film, resi anonimi e irriconoscibili, sono stati pubblicati su un sito aperto appositamente per l’iniziativa, www.blackbabylon.com, e sul gruppo facebook omonimo, seguendo uno story telling che lasciava credere all’organizzazione di una misteriosa gara su due ruote.

In questo modo, oltre 1.500 riders appassionati di downhill (spontaneamente coinvolti) hanno condiviso e commentato le foto delle attrezzature, degli oggetti di scena, brevi video di back stage e delle location del film, fino alla presentazione dello sponsor dell’evento, l’energy drink Black Babylon, che è stato realmente prodotto e distribuito in lattina al Napoli Comic Con.

Il collegamento tra il film e questa fantomatica gara è stato svelato il 23 maggio quando, collegandosi al sito www.blackbabylon.com certi di leggere finalmente informazioni logistiche sul famoso contest, i riders hanno invece trovato il primo teaser trailer del film.

Da quel momento fino all’uscita in sala, sono stati e saranno rilasciati in rete circa due nuovi contenuti creativi a settimana, tra cui 6 back stage, 10 teaser poster, due teaser trailer, 6 cover del fumetto, il trailer e il manifesto ufficiale e 5 clip dal film.

RIDE UN FILM "GREEN"



La produzione di "Ride" ha adottato per la realizzazione del film il disciplinare "T-Green Film": una guida per tutte le fasi di lavorazione verso un approccio sostenibile da un punto di vista ambientale ed economico. La Trentino Film Commission, infatti, si distingue come prima regione italiana ad avere introdotto un Film Fund che assegna un contributo extra per premiare le produzioni "green", attraverso l'ente esterno APPA di Trento (Agenzia Provinciale per la Protezione dell'Ambiente), che verifica le fasi di lavorazione e il rispetto delle azioni.

COME SI FA UN FILM GREEN?

Prima dell'inizio delle riprese è stato selezionato un Green Manager che si è occupato dello sviluppo di un piano di sostenibilità, illustrato poi a tutta la troupe.

All'interno erano elencate le specifiche norme di comportamento ecosostenibili da rispettare sul set, al fine di ridurre al minimo l'impatto ambientale sul territorio.

RISPARMIO ENERGETICO

Sul fronte del risparmio energetico, la produzione è ricorsa ad allacci temporanei alla rete di distribuzione elettrica al fine di evitare l'accensione di gruppi elettrogeni.

TRASPORTI

Per ridurre le emissioni inquinanti, sono stati ottimizzati anche i trasporti in modo da utilizzare il minor numero di veicoli, tutti euro 5 o ibridi.

RISTORAZIONE

Per ridurre il più possibile la produzione di rifiuti, la produzione si è rivolta ad un catering a buffet con stoviglie riutilizzabili o compostabili, eliminando le bottigliette di plastica, sostituite con erogatori a boccioni.

GESTIONE DEI RIFIUTI

Sempre nell'ottica di riduzione dei rifiuti, sono state ridotte al minimo le comunicazioni cartacee. Inoltre è stata messa a punto una precisa raccolta differenziata sul set.

PIU' GREEN PER TUTTI

Si è chiesto poi a tutta la troupe e al cast di lavorare insieme per un set più ecologico.

L'iniziativa è stata accolta dai lavoratori con entusiasmo ed è cresciuta in tutta la consapevolezza che con poche e piccole attenzioni quotidiane è possibile ridurre notevolmente, anche sui set cinematografici, l'inquinamento, lo spreco e i consumi inutili.

L'educazione e il senso civico passa anche dall'ambiente di lavoro.

IL FUMETTO

Disponibile dal 6 settembre in sei copertine diverse con la Gazzetta dello Sport

Dal 6 settembre **La Gazzetta dello Sport** distribuirà in edicola il fumetto di *Ride* con sei copertine diverse, curate da alcuni tra i più talentuosi fumettisti italiani: **Mirka Andolfo** (*Wonder Woman*), **Giacomo Bevilacqua** (*A Panda Piace*), **Giuseppe Camuncoli** (*Batman, Star Wars*), **Matteo Lolli** (*Deadpool, Avengers*), **Emanuela Lupacchino** (*Supergirl, Batgirl*), **Marco Mastrazzo** (*Dylan Dog*).

Grazie ai testi di **Fabio Guaglione** e **Adriano Barone** e ai disegni di **Andrea Broccardo**, quest'ultimo prezioso collaboratore della **Marvel Comics** e della **Sergio Bonelli Editore**, il pubblico di lettori e spettatori avrà tra le mani un prodotto artistico fortemente legato al film ma completamente autonomo e indipendente da esso, privo quindi di *spoiler*!

Quella raccontata nelle pagine del fumetto è la storia di uno dei personaggi principali del film, Clara.

Chi è? Qual era la sua vita prima di incontrare Max e Kyle? Perché ha deciso di partecipare al contest organizzato da Black Babylon?

La lettura del fumetto rappresenterà quindi un'esperienza unica per scoprire, prima o dopo la visione, elementi in più di un film che per scelte narrative, linguaggio e regia rappresenta davvero un unicum nel panorama cinematografico italiano.

RIDE è un fumetto **Lucky Red, Mercurious, Arancia Studio** distribuito da **La Gazzetta dello sport** al prezzo di **2,50€** più il costo del quotidiano.

Il fumetto accompagnerà **dal 6 settembre** l'uscita del film, diretto da **Jacopo Rondinelli**, scritto da **Fabio Guaglione** e **Fabio Resinaro** insieme a **Marco Sani**, e prodotto da **Lucky Red, Mercurious** con **Timvision** e con il contributo di **Trentino Film Commission**.

UFFICIO STAMPA RCS MEDIAGROUP-QUOTIDIANI

Francesca Marzotto – francesca.marzotto@rcs.it

IL LIBRO

“RIDE – IL GIOCO DEL CUSTODE”

Disponibile in tutte le librerie e nei negozi e-commerce dal 4 settembre

Uscirà il 4 settembre con Mondadori **“Ride – il gioco del custode”**, basato su una storia di **Adriano Barone** e **Fabio Guaglione** e scritto da **Adriano Barone**.

Un thriller tra **Philip K. Dick** e **Lost** che rappresenta a tutti gli effetti uno spin-off di **“Ride”**, in sala dal 6 settembre.

SINOSSI *Joe trascorre le sue giornate a pulire le gabbie dei ratti impiegati per esperimenti scientifici in università. Un lavoro di routine, l'unica certezza in una vita altrimenti disastrosa, complice un difficile rapporto con la moglie, che lo ritiene responsabile della ferita più grande di tutte: la scomparsa della figlia Angela. E così, quando inaspettatamente viene licenziato, Joe sprofonda presto nella disperazione più cupa. Finché la misteriosa Black Babylon lo convoca a un colloquio per un impiego da custode. Il processo di selezione è surreale, il lavoro persino più inquietante. In un crescendo di follia, Joe dovrà misurarsi con i suoi limiti, le sue paure e le sue decisioni passate, e rispondere alla domanda che si è sempre rifiutato di affrontare: eseguire gli ordini o interferire? Qual è la cosa giusta da fare?*

ADRIANO BARONE è nato a Rho nel 1976. È autore dei graphic novel *L'era dei Titani*, *Tipologie di un amore fantasma*, *Bugs – Gli insetti dentro di me* e *Warhol – L'intervista* (da cui ha tratto anche una commedia teatrale) e dell'adattamento a fumetti del romanzo *Uno indiviso* di Alcide Pierantozzi, per cui ha vinto il Premio Boscarato 2014 nella categoria “Miglior sceneggiatore italiano”. È stato finalista al Premio MIMC della Kodansha e in coppia con Massimo Dall'Oglio (con lo pseudonimo Hagane Ishi) due volte tra i vincitori del concorso internazionale di manga SMA. Ha scritto la raccolta di racconti *Carni (e)strane(e)* e i romanzi *Il ghigno di Arlecchino* (finalista al Premio Italia come miglior romanzo fantasy) e *Zentropia*. Sceneggiatore di cartoni animati, corti e lungometraggi, attualmente sceneggia Nathan Never e Zagor per Sergio Bonelli Editore.

UFFICIO STAMPA LIBRI MONDADORI
alessia.angelini@consulenti.mondadori.it