



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DEI BENI CULTURALI: ARCHEOLOGIA, STORIA
DELL'ARTE, DEL CINEMA E DELLA MUSICA

CORSO DI LAUREA IN DISCIPLINE DELLE ARTI, DELLA MUSICA E
DELLO SPETTACOLO

TESI DI LAUREA TRIENNALE

CHIOGGIA INTERPRETA SE STESSA: LE PRODUZIONI
AUDIOVISIVE GIRATE NELLA CITTÀ E IL CASO DELLA
SERIE NETFLIX "ODIO IL NATALE"

CHIOGGIA PLAYS ITSELF: AUDIOVISUAL PRODUCTIONS FILMED IN THE CITY
AND THE CASE OF THE NETFLIX SERIES "ODIO IL NATALE"

Relatrice

Prof.ssa Giulia Lavarone

Laureanda

Beatrice Bruscin

Matricola 1173622

Anno Accademico 2023/2024

INDICE

INTRODUZIONE	1
CAPITOLO PRIMO. CINEMA E TERRITORIO	3
1.1. Il panorama italiano. Breve profilo storico e normativo	3
1.2. Film commission e Film fund italiani	7
1.2.1. Le Film Commission e l’Italian Film Commissions Association	7
1.2.2. I Film fund	13
1.3. Veneto Film Commission	16
CAPITOLO SECONDO. CHIOGGIA NEL CINEMA	26
2.1. Chioggia nel contesto audiovisivo passato	26
2.1.1. <i>Gente di Chioggia</i>	29
2.1.2. <i>Io sono Li</i>	30
2.2. Chioggia nel contesto audiovisivo presente	33
CAPITOLO TERZO. IL CASO DI STUDIO <i>ODIO IL NATALE</i>	40
3.1. Lux Vide e la serialità italiana ancorata al territorio	40
3.2. <i>Odio il Natale</i> : informazioni e dati generali	41
3.2.1. I luoghi della serie	44
3.2.2. Riconoscibilità del territorio	45
3.2.3. Modalità di narrazione dei luoghi e del territorio	47
3.2.4. La funzione del territorio	50
3.2.5. La questione linguistica	52
3.2.6. Il set sul territorio	54
3.2.7. Differenze tra le due stagioni	54
3.3. Iniziative a Chioggia	55

CONCLUSIONI GENERALI	60
APPENDICE	63
Intervista a Massimo Fabris	63
Intervista ad Alessia Boscolo Nata	67
Intervista a Jacopo Chessa	73
BIBLIOGRAFIA	76
SITOGRAFIA	86
INDICE DEGLI AUDIOVISIVI CITATI	88
RINGRAZIAMENTI	89

INTRODUZIONE

Chioggia interpreta se stessa: a partire dal 2020 la cittadina lagunare è stata protagonista, a tutti gli effetti, di alcune importanti produzioni audiovisive di circolazione internazionale. Il presupposto di partenza dell'indagine delineata nel presente elaborato risiede nel fatto che Chioggia sia stata per lungo tempo “cannibalizzata” da produzioni audiovisive e cinematografiche che l'hanno utilizzata come set allo scopo di farla figurare come Venezia per via di una serie di facilitazioni che offre rispetto al capoluogo di regione. Seppur questa situazione continui a verificarsi ancor oggi, la tendenza sembra essere invertita dagli ultimi lavori di carattere seriale come *We are who we are* e *Odio il Natale*, il primo di produzione statunitense e distribuito da HBO e il secondo di produzione italiana e distribuito da Netflix. L'immagine di Chioggia dunque, a dieci anni dall'esperienza di *Io sono Li* – che l'ha diffusa nei circuiti europei grazie al successo ottenuto in termini di pubblico e critica – ha nuovamente trovato diffusione a livello internazionale e addirittura fuori dall'Europa.

Il presente lavoro di tesi intende sondare le ragioni che hanno portato a questo fenomeno attraverso una visione in profondità che parte dall'esteso panorama normativo italiano ed arriva nello specifico del contesto chioggiotto. Si è reso necessario individuare le tappe fondamentali del percorso normativo in materia di audiovisivo con un focus su ruolo, funzionamento ed organizzazione di Film Commission e Film Fund e dedicando uno spazio in particolare a Veneto Film Commission. Nel secondo capitolo l'attenzione è stata rivolta al contesto chioggiotto in relazione al settore audiovisivo, scegliendo di adottare un duplice sguardo: passato e presente. Osservare il panorama attuale con la consapevolezza del passato che vi antecede, ha reso semplice notare come la recente entrata (nel 2023) di Chioggia come socio fondatore in Veneto Film Commission rappresenti il coronamento di un percorso già attivo e felicemente fertile. In seguito, ho proceduto con una visione analitica della serie *Odio il Natale*, descrivendo i vari ambiti toccati, quali: scelta delle location; riconoscibilità, funzione e modalità di rappresentazione del territorio; questione linguistica legata all'utilizzo o meno del dialetto; presenza del set sul territorio; differenze riscontrabili tra le due stagioni in termini di immagine del territorio e della sua cultura. Infine ho ritenuto opportuno riservare uno spazio alle iniziative nate e svolte a Chioggia in occasione e concomitanza con la serie tv, focalizzandomi in particolare su un tour guidato gratuito alle location della serie realizzato a febbraio 2023. Nella stesura di tutto il lavoro mi sono potuta avvalere,

oltre delle fonti bibliografiche e delle notizie reperibili online, anche delle preziose testimonianze offerte da alcune delle principali figure di riferimento degli ambiti coinvolti: Jacopo Chessa, direttore di Veneto Film Commission; Massimo Fabris, location manager che opera in particolare nell'area di Chioggia e Venezia; e Alessia Boscolo Nata, guida turistica in Chioggia che si è occupata del tour guidato di cui pocanzi. Tengo a ringraziare fin d'ora tutti loro per la disponibilità e le informazioni donatemi.

Città storica che si presenta come una città d'acqua piuttosto anomala – poiché allo stesso tempo protesa verso la laguna e il mare ma anche fortemente ancorata alla terraferma – la natura di Chioggia è quella di un'isola artificiale. Nel corso dei secoli infatti, a seguito di guerre, riforme urbanistiche e piani d'intervento, ha subito numerose trasformazioni che hanno modificato il suo collegamento con la terraferma (distruzione e ricostruzione di ponti, interrimento e costruzione di canali, e simili). Ne derivano una storia identitaria ricca e un patrimonio culturale consistente che sembrano essere l'incipit e il *fil rouge* del fenomeno qui analizzato.

CAPITOLO PRIMO. CINEMA E TERRITORIO.

1.1. IL PANORAMA ITALIANO. BREVE PROFILO STORICO E NORMATIVO.

Soprattutto negli ultimi anni, a livello internazionale, è andato crescendo l'interesse del mondo dell'audiovisivo per il territorio. Di conseguenza si è cominciata a porre una maggiore attenzione sulla percezione dei luoghi – sempre più preponderanti nell'immaginario degli spettatori – e sugli effetti da essa generati. Si è aperto così un vero e proprio “mercato delle location cinematografiche”¹, promosse da governi nazionali e amministrazioni locali, al fine di portare la produzione di film e serie tv sul proprio territorio. La nascita di un mercato delle location si può riconoscere come l'esito di un processo che ha ridefinito – e sta continuando a farlo – le dinamiche della produzione cinematografica. Le istituzioni hanno preso coscienza della capacità del cinema e del settore dell'audiovisivo nel complesso di generare ricchezza per i territori (sia in maniera diretta che indiretta) e, in generale, anche della capacità di ridefinirne l'immagine e il capitale reputazionale, cominciando quindi a considerare il settore utile in quanto generatore di profitti e non più solamente come una forma d'espressione artistica “a fondo perduto”.

Tutto ciò è avvenuto e sta avvenendo anche sul territorio italiano, dove attraverso le film commission e i film fund negli ultimi venticinque anni circa sono stati riscoperti e valorizzati territori in precedenza mai considerati per l'ambientazione cinematografica, tenendo presente ad ogni modo che la ricchezza storica, culturale e paesaggistica italiana ha da sempre attratto sul territorio la produzione di opere cinematografiche e televisive.

Procedendo per ordine, si veda come si è sviluppato il quadro normativo in materia di audiovisivo in Italia.

Con la legge del 22 luglio 1975 n. 382 “Norme sull'ordinamento regionale e sulla organizzazione della pubblica amministrazione”, la gestione dello spettacolo viene trasferita dall'ambito statale a quello regionale². Ciò fa nascere, nel corso degli anni settanta e ottanta, una serie di atti legislativi a livello locale per regolamentare il settore. Le funzioni a capo del governo centrale si riducono in maniera così drastica che,

¹ Cucco Marco, Richeri Giuseppe, *Il mercato delle location cinematografiche*, Venezia, Marsilio, 2013.

² Ivi, p. 119.

attraverso il referendum del 15 aprile 1993, proposto da alcune regioni, il Ministero del turismo e dello spettacolo viene definitivamente soppresso. Ma rimangono molti i punti controversi riguardanti i limiti entro i quali Stato e Regioni debbano esercitare i relativi poteri. Infatti, nonostante le norme prodotte dalle Regioni tra gli anni settanta e ottanta, quest'ultime non si sono mai interessate della produzione e della dimensione industriale del settore cinematografico, limitandosi a considerare lo spettacolo per le sue funzioni culturali e d'intrattenimento e concentrandosi su organismi e manifestazioni già esistenti sul territorio. Inoltre, in seguito alla soppressione del Ministero del turismo e dello spettacolo, molte competenze in materia di spettacolo non vengono indirizzate agli enti territoriali, bensì al Ministero per i beni e le attività culturali. Ciò crea sostanzialmente una situazione di immobilità, nella quale la gestione del comparto dello spettacolo è centralizzata e le Regioni, che ricoprono solamente un ruolo marginale, richiedono la spartizione regionale delle risorse del Fondo unico per lo spettacolo (FUS) (Legge n.136 del 1985 "Nuova disciplina degli interventi dello Stato a favore dello spettacolo"), prevista ma mai regolamentata³.

La legge Bassanini (n. 59/1997), sblocca in parte questa situazione, dando il via ad un percorso di federalismo amministrativo al fine di ottenere un maggiore e più funzionale decentramento attraverso l'attuazione delle più rapide leggi ordinarie invece delle lente modifiche costituzionali. Di fatto lo spettacolo rimane nelle competenze del Ministero per i beni e le attività culturali con delle aperture all'intervento delle Regioni, anche se indefinite e confusionarie.

Una successiva tappa è rappresentata dalla riforma del Titolo V della Costituzione, entrata in vigore nel 2001 (n. 3/2001). Questa riforma complica ulteriormente il quadro, definendo le attività culturali e lo spettacolo materia di competenza concorrente tra Stato e Regioni: il primo assume un ruolo di guida e coordinamento definendo i principi generali, mentre le seconde devono occuparsi della legislazione di dettaglio, in base alle loro esigenze e obiettivi. Di fatto però non viene mai approvata una legge-quadro attraverso la quale lo stato esplicita i propri i principi generali, continuando così ad attenersi alle precedenti normative in vigore. Il perdurare di questa situazione d'ambiguità spinge alcune Regioni a richiedere il parere della Corte Costituzionale. Il pronunciamento

³ Ivi, pp. 119-120.

di quest'ultima apre la strada ad un dialogo tra le parti nel 2006, che però non porta a risultati positivi⁴.

Nel frattempo, a livello regionale lo scenario normativo è diventato ancor più disomogeneo, poiché a partire dagli anni novanta, alcune regioni, province e comuni iniziano ad incrementare e rendere più consistente il proprio ruolo nell'ambito dello spettacolo ed in particolare in quello del cinema e dell'audiovisivo. Vengono proposte nuove iniziative, diversificata l'offerta e allargato il proprio raggio d'azione anche attraverso progetti riguardanti la formazione, lo sviluppo, la pre-produzione, la distribuzione. Ed è in questo contesto che nascono, su tutto il territorio, film fund, film commission e leggi regionali specifiche nel settore dello spettacolo. Molto spesso queste iniziative sono intraprese da singoli individui che provano a riproporre in Italia quanto visto o sperimentato in prima persona all'estero. Ciò che accade è quello che ho anticipato all'inizio di questo capitolo: le Regioni smettono di considerare il cinema come un settore dal quale trarre solamente benefici di tipo culturale: l'industria cinematografica può diventare un volano di crescita economica per il territorio. E questo, a prescindere dal fatto che su quella area esistesse già o meno una tradizione cinematografica. Nasce in questo modo un rapporto di collaborazione e competizione tra città e Regioni, che diventano interlocutori per le produzioni cinematografiche italiane e non.

L'ultima tappa di questo breve excursus normativo è rappresentata dalla Nuova legge Cinema (legge 14 novembre 2016, n. 220). Questa legge, entrata in vigore a gennaio 2017 e denominata "Disciplina del cinema e dell'audiovisivo", riorganizza in maniera sistematica l'intervento pubblico a favore dell'industria audiovisiva italiana. La novità più radicale sta nell'istituzione del fondo per il cinema e l'audiovisivo destinato al finanziamento di credito d'imposta, contributi automatici e contributi selettivi, che a differenza di altri fondi precedenti interviene in tutte le fasi della filiera: dalla scrittura delle opere, al loro sviluppo e pre-produzione, fino alla produzione vera e propria, alla distribuzione nazionale e internazionale, all'esercizio delle sale cinematografiche, alla diffusione nei mercati post-sala. Questo fondo, completamente autonomo, ha il compito di sostenere gli interventi per il cinema e l'audiovisivo attraverso incentivi fiscali e contributi automatici, utilizzando «non solo le risorse che precedentemente venivano gestite dal FUS, ma anche quelle per i crediti di imposta che venivano erogate dalle leggi di

⁴ Ivi, p.121.

bilancio»⁵. L'attuazione di questo fondo permette di intervenire in modo sistemico sulla disciplina del settore del cinema e della produzione audiovisiva, «riconoscendo il ruolo strategico dell'industria cinematografica come veicolo formidabile di formazione culturale e di promozione del Paese all'estero»⁶, citando le parole dell'allora Ministro dei beni culturali e del turismo Dario Franceschini. Il fondo è alimentato direttamente dagli introiti erariali già derivanti dalle attività di: programmazione e trasmissione televisiva, distribuzione cinematografica, proiezione cinematografica, erogazione di servizi di accesso a internet da parte delle imprese telefoniche e di telecomunicazione⁷. Il meccanismo di autofinanziamento così creato evita l'introduzione di nuove tasse ed inoltre incentiva l'intera filiera dell'audiovisivo ad investire. Un fattore importante, e che dona stabilità e sicurezza, è rappresentato dal fatto che questo fondo non può mai scendere al di sotto di una cifra: 400 milioni di euro annui, passati a 750 milioni dal 2022⁸. Attraverso la Nuova legge, i finanziamenti da parte del Ministero non avvengono più in base al cosiddetto "interesse culturale", e viene introdotto un sistema di incentivi automatici per le opere di nazionalità italiana. Inoltre, accanto alle agevolazioni fiscali nascono i contributi automatici che vengono quantificati secondo parametri oggettivi che tengono conto dei risultati economici, artistici e di diffusione (come premi ricevuti e successo in sala). Tra le altre novità apportate dalla Legge vi sono: contribuzione selettiva; piano straordinario nazionale per la digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo; potenziamento di cinema e audiovisivo nelle scuole; pieno riconoscimento dei film d'animazione; potenziamento del tax credit cinema; ingresso dell'audiovisivo nel fondo di garanzia per le PMI (piccole e medie imprese); incentivi e semplificazioni per chi investe in nuove sale; semplificazione del riconoscimento della dichiarazione di interesse culturale per le sale; istituzione del Consiglio superiore per il cinema e l'audiovisivo; eliminazione delle commissioni di valutazione di stato.

⁵ ICE, "Le politiche di sostegno alla competitività internazionale dell'industria audiovisiva italiana" in *Studio sull'industria audiovisiva italiana nei mercati internazionali*, 2021, p. 75,

https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/Rapporto%20audiovisivi%20ICE_221121.pdf

⁶ Franceschini Dario in "Il ddl Cinema è Legge", 03/11/2016, <https://cinema.cultura.gov.it/notizie/il-ddl-cinema-e-legge/?highlight=legge%20Franceschini&ricerca=legge+Franceschini>

⁷ Ministero della Cultura, "Nasce la nuova Legge Cinema Franceschini: aumentati i finanziamenti del 60%, +150 milioni e criteri di selezione automatici e più efficienti", 28/01/2016, <https://cultura.gov.it/comunicato/nasce-la-nuova-legge-cinema-franceschini-aumentati-i-finanziamenti-del-60-150-milioni-e-criteri-di-selezione-automatici-e-piu-efficienti>

⁸ Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, "Bilancio, Franceschini: la Cultura al centro della politica economica del governo", 28/10/2021, <https://cinema.cultura.gov.it/comunicati/bilancio-franceschini-la-cultura-al-centro-della-politica-economica-del-governo/?highlight=legge%20Franceschini&ricerca=legge+Franceschini>

Come si può dedurre, la Nuova legge cinema, attesa da oltre più di cinquant'anni, ha portato una grossa ventata d'aria fresca in tutto il comparto del cinema e dell'audiovisivo, estendendo, tra l'altro, il campo d'azione anche alle piattaforme internet e ai videogiochi. L'aumento della quota minima del fondo a 750 milioni di euro annui dal 2022 ne è un'evidente prova. Nel 2023 l'importo ammonta a 746 milioni⁹.

1.2. FILM COMMISSION E FILM FUND ITALIANI

Film commission e Film fund sono i principali strumenti attraverso cui il territorio entra in relazione con il mondo del cinema e dell'audiovisivo. Spesso si tende a confondere l'attività dei due organismi, poiché uno degli scopi delle Film commission è quello di sostenere, in senso lato, le produzioni che operano sul territorio, ma le loro caratteristiche e le loro funzioni sono diverse.

1.2.1. LE FILM COMMISSION E L'ITALIAN FILM COMMISSIONS ASSOCIATION

Nella scelta delle location intervengono due tipi di fattori, denominati *push factors* (fattori di spinta) e *pull factors* (fattori di attrazione)¹⁰. I primi sono i fattori che spingono un produttore ad abbandonare i tradizionali e già conosciuti luoghi di ripresa per rivolgersi verso altre aree da cui può trarre benefici nuovi o di diversa natura. I secondi, invece, consistono in una serie di misure adottate dagli attori locali per attrarre le produzioni sui propri territori. Le politiche che offrono servizi a beneficio delle produzioni rientrano quindi nei *pull factors* e le film commission costituiscono il primo passo verso un percorso strutturato di attrazione delle produzioni. L'obiettivo sostanziale è quello di generare delle ricadute economiche sul territorio.

Le Film Commission italiane sono enti, organizzati a livello regionale (o provinciale nel caso delle province autonome) aventi personalità giuridica, che perseguono «finalità di pubblica utilità nel comparto dell'industria dell'audiovisivo»¹¹. La Nuova Legge Cinema del 2016 ne riconosce la natura e il ruolo: «Lo Stato riconosce il ruolo e l'attività delle Film Commission, previste dagli ordinamenti regionali delle province autonome di Trento e di Bolzano nel rispetto dei requisiti stabiliti a livello nazionale, europeo ed

⁹ Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, "Fondo Cinema e Audiovisivo: 746 milioni di euro per il 2023", 18/04/2023, <https://cinema.cultura.gov.it/notizie/fondo-cinema-e-audiovisivo-746-milioni-di-euro-nel-2023/>

¹⁰ Cucco M., Richeri G., *op. cit.*, 39.

¹¹ "Il sistema italiano delle film commission: l'audiovisivo delle regioni", p.3, 7/01/2024, https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/dossier/file_internets/000/001/547/Italian_film_commissions.pdf

internazionale, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica»¹². Dall'attuazione della legge, il riconoscimento ufficiale delle FC si restringe a quelle a livello regionale (o provinciale per il caso delle province autonome di Trento e Bolzano), delineando un quadro normativo più chiaro e risolvendo precedenti situazioni di confusione riguardanti sportelli cinema o enti affini a livello locale o provinciale. Le FC rappresentano un riferimento per le produzioni italiane e non, ma anche per tutti gli autori e gli operatori professionali dell'industria al fine di promuovere, a livello nazionale e internazionale, un territorio come scenario paesaggistico e culturale e soprattutto valorizzare aziende e professionalità locali coinvolgibili nel processo produttivo dell'audiovisivo. Il loro ruolo è sia fungere da intermediari tra le produzioni e le realtà locali ma anche «operare sinergicamente con i comparti turistici istituzionali, al fine di veicolare l'immagine del proprio territorio di riferimento e ottenere un ritorno in termini di afflusso turistico»¹³. Non è dato sapere quale è il numero esatto di Film Commission attualmente presenti sul territorio, poiché non è mai stato istituito un albo o un registro a cui iscriversi e dunque il loro numero non può essere calcolato con esattezza. Tuttavia, le FC regionali sono riunite nell'IFC - Italian Film Commissions (Associazione Film Commission Italiane), nata il 3 maggio 2004¹⁴. Questa rete nazionale opera a sostegno dello sviluppo territoriale su scala globale, attraverso, ad esempio, iniziative di partecipazioni a festival e manifestazioni italiani ed esteri; proposte di coproduzioni e partnership internazionali; consolidamento dei rapporti tra istituzioni nazionali ed internazionali. A tal proposito uno dei vantaggi a cui le FC aderenti all'IFC possono accedere è quello di aver la collaborazione dell'ICE (Istituto Nazionale per il commercio estero) e di poter per questo contare su una sede aperta di questo istituto presente a Los Angeles, che permette loro di avere un rapporto diretto con i produttori di Hollywood¹⁵. I benefici generati dall'operato dell'IFC sono quindi sia a favore dei propri aderenti ma anche del territorio regionale e nazionale e dell'intera filiera dell'audiovisivo su scala nazionale. L'Associazione è finanziata dalle quote delle Film Commission aderenti e da un sostegno erogato dal Ministero per i beni e le attività culturali.

¹² https://www.gazzettaufficiale.it/atto/stampa/serie_generale/originario

¹³ Ibidem.

¹⁴ “Il sistema italiano delle film commission: l'audiovisivo delle regioni”, p. 6, ultima consultazione 7/01/2024, https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/dossier/file_internets/000/001/547/Italian_film_commissions.pdf

¹⁵ Cucco M., Richeri G., *op. cit.*, pp. 123-124.

Per fare parte dell'IFC è necessario sottostare a tre criteri¹⁶:

- 1- Essere un ente no-profit che fornisce servizi gratuiti alle produzioni;
- 2- Essere stata creata o riconosciuta da un'amministrazione locale a livello regionale, comunale o provinciale¹⁷;
- 3- Non far parte del sistema della produzione o della distribuzione cinematografica per evitare conflitti d'interesse.

L'assetto giuridico delle FC in generale, si può affermare sia quello di un organismo senza scopo di lucro, anche se ad oggi non esiste una definizione universalmente riconosciuta e una forma giuridica ben definita. Qualsiasi soggetto può quindi autodefinirsi Film Commission, sia pubblico che privato, ma va da sé che un soggetto privato solitamente ha una *mission* e una *vision* meno legate al pubblico interesse e più vicine a quella di una società. Ricordo, ad ogni modo, che per essere riconosciuta dalla legge italiana, una FC deve rispettare i requisiti stabiliti dalla Legge Cinema 2016. Tornando allo specifico delle FC italiane, negli ultimi anni sta prendendo sempre più piede la forma giuridica della fondazione, la quale permette l'ingresso e il controllo della FC da parte di soggetti di svariato ordine e grado, sia pubblici che privati, e che possono contribuire, anche economicamente, al mantenimento della struttura stessa. Inoltre, come si è visto, per poter far parte dell'IFC, un requisito essenziale è quello di essere un ente no-profit.

Allo stato attuale l'IFC tra i suoi membri conta 20 Film Commission, diffuse su tutto il territorio:

- Apulia Film Commission
- Emilia-Romagna Film Commission
- Film Commission d'Abruzzo
- Film Commission Regione Campania
- Film Commission Torino Piemonte
- Film Commission Vallée d'Aoste
- Fondazione Calabria Film Commission
- Fondazione Sardegna Film Commission
- Veneto Film Commission

¹⁶ Ivi, p. 124.

¹⁷ Dal momento che la legge Franceschini in vigore dalla fine del 2016 riconosce come FC solamente gli organismi regionali, anche il campo di selezione per entrare nell'IFC si è ristretto a quest'ultime.

- Friuli Venezia Giulia Film Commission
- Genova Liguria Film Commission
- IDM Film Commission Südtirol
- Lombardia Film Commission
- Lucana Film Commission
- Marche Film Commission
- Roma Lazio Film Commission
- Toscana Film Commission
- Sicilia Film Commission
- Trentino Film Commission
- Umbria Film Commission¹⁸.

La prima FC a nascere sul territorio italiano è quella dell'Emilia-Romagna, nel 1997, mentre in Europa i primi casi si registrano dall'inizio degli anni '90, su spinta del "contagio" che sta dilagando negli Stati Uniti, dove le film commission proliferano a partire dalla fine degli anni '60 e con un'intensificazione nei decenni successivi.

Come si può notare, le 20 FC corrispondono alle 20 regioni italiane, evidenziando l'eterogeneità della loro diffusione. Tra quelle elencate ve ne sono alcune che sottolineano la presenza della città capoluogo (Torino Piemonte FC, Genova Liguria FC, Roma Lazio FC), ovvero città importanti conosciute anche al di fuori dei confini italiani e che potrebbero meglio attirare le produzioni estere. Il panorama delle FC italiane è dunque, come detto, eterogeneo, sia per quanto riguarda la diffusione territoriale e conseguentemente per la loro capacità di rappresentare la variegata storia e paesaggistica italiana.

Collegandomi alla differenza tra Film Commission e Film fund accennata ad inizio paragrafo, il ruolo delle prime non è di supporto finanziario diretto, ma, come è stato descritto, di agevolare le produzioni – e quindi in vari casi velocizzando i tempi – tramite «l'offerta – gratuita, e di solito indipendente da valutazioni qualitative sul prodotto – di servizi di supporto, che vanno dalle autorizzazioni amministrative a convenzioni con hotel e ristoranti, alla preselezione di località adatte al progetto di film, al reperimento di

¹⁸ <https://www.italianfilmcommissions.it/membri/>. Ultima consultazione 7/01/2024.

maestranze e manodopera locale»¹⁹. Inoltre si occupano di contribuire alla diffusione della pellicola con eventi di promozione stringendo e mantenendo contatti con i media locali, organizzando conferenze stampa e presentazioni del prodotto cinematografico o audiovisivo nelle principali rassegne e festival del settore. Tutte queste azioni aiutano in maniera sostanziale non soltanto alla riuscita del film ma anche ad incrementare lo sviluppo di una serie di settori economici e locali²⁰.

Di seguito un elenco riassuntivo delle attività svolte dalle FC²¹:

- Agevolazioni, autorizzazioni, burocrazia e *problem solving*
- Convenzioni
- Location scouting e management
- Censimento dei fornitori di servizi, delle maestranze e dei professionisti
- Formazione
- Promozione
- Affiliazioni
- Partecipazione a fiere ed eventi del settore
- Front e back office
- Multimediateche e festival
- Personale impiegato e formazione
- Mediazione, consulenza e razionalizzazione

Importante, per quanto riguarda l'attività delle FC, è la legge Franceschini del 2016 (n. 220/2016), che ridefinisce loro nuovi ruoli e funzioni. Attraverso questa legge le FC si configurano anche come soggetti preposti alla formazione e alla promozione del territorio, e non solo alla mediazione e al supporto logistico alle produzioni. Ciò, come emerge dalla relazione della ricerca effettuata dal Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi dell'Università Cattolica del Sacro Cuore nel 2022, «ha contribuito a ridefinire i confini delle Film Commission, collocandole in una posizione sempre più strategica della filiera dell'audiovisivo, anello di congiunzione tra esigenze produttive,

¹⁹ Versace Alberto, Canova Lorenzo, Fabbri Tommaso, Medolago Albani Francesca, *L'evoluzione del sostegno pubblico all'audiovisivo*, in Fabbri Tommaso, *L'industria della comunicazione in Italia*, Italia, 2008, Guerini e Associati, p. 278.

²⁰ Scarlata Rosy, "Il fenomeno del cineturismo e le opportunità dei territori", in *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, nr. 4, 2016, p. 243.

²¹ https://www.gazzettaufficiale.it/atto/stampa/serie_generale/originario

rappresentazione creativa e modelli di distribuzione»²². Questa ricerca ha messo in luce i ruoli delle FC nel panorama italiano, attraverso indagini statistiche e interviste approfondite alle figure di riferimento di alcune delle più importanti FC italiane. Sono emersi cinque ambiti nelle quali si concretizza l'attività delle FC: funzione di intermediazione avanzata; ottimizzazione delle produzioni; scoperta di nuovi luoghi e territori; attivazione di reti con distretti produttivi locali; implementazione di meccanismi di premialità²³. Si veda più nel dettaglio:

- Funzione di intermediazione avanzata: tutte le FC «riconoscono il proprio porsi come punti di riferimento per il supporto logistico alle produzioni, accreditandosi come facilitatori di una serie di attività di tipo amministrativo e organizzativo per i produttori interessati a usufruire dei servizi di un territorio»²⁴. Non quindi solo uno “sportello informazione”, ma un vero e proprio bacino di scambio reciproco di informazioni e prestazioni, anche attraverso strumenti come database di location e professionisti o *production guides*.
- Ottimizzazione delle produzioni: la consapevolezza comune delle FC che il loro operato può contribuire a migliorare le produzioni stesse, nonostante la differenza di approcci di ogni FC con le case di produzione e del contributo creativo apportato ai singoli prodotti. Questa nuova sensibilità riguardo il contenuto appare sempre più diffusa tra le FC e «potrebbe aprire spazi potenzialmente inesplorati»²⁵. L'ottimizzazione avviene anche attraverso la selezione sempre più precisa delle location e l'attrazione di nuove idee e risorse per nuove future produzioni.
- Scoperta di nuovi luoghi e territori: è obiettivo comune di tutte le FC incrementare le location che possono ambire a diventare set di produzioni cinematografiche o audiovisive.
- Attivazione di reti con distretti produttivi locali: «al fine di valorizzare il variegato ventaglio di know-how che il territorio può mettere a disposizione nei più svariati ambiti creativi, imprenditoriali, artigianali, associativi»²⁶. Un aspetto che può rivelare l'originalità e la specificità di ogni FC.

²² CeRTA, *Scenari e sfide per il turismo post pandemia (2021-2022), La ri-scoperta dell'Italia: media e territorio tra città, regioni e luoghi intermedi*, 2022, p. 102, https://centridiricerca.unicatt.it/certa-Scenari_e_sfide_per_il_turismo_post_pandemia_volume_CMP.pdf

²³ Ibidem.

²⁴ Ibidem.

²⁵ Ivi, p. 104.

²⁶ Ivi, p. 105.

- Implementazione di meccanismi di premialità: anche se la grande maggioranza delle FC non adotta criteri definiti, c'è la volontà generale di orientare le produzioni al rispetto di alcuni indicatori minimi di sostenibilità. «Si tratta di un punto cruciale, su cui probabilmente le Film Commission giocheranno un ruolo sempre più centrale nel prossimo futuro, consapevoli di un'etica della “responsabilità reciproca”»²⁷.

1.2.2. I FILM FUND

Fondo pubblico nazionale

Il solo fondo pubblico a livello nazionale, attualmente attivo in Italia, è il Fondo unico per lo spettacolo, denominato FUS, creato con l'articolo 1 della legge 30 aprile 1985, n. 163. Attraverso il FUS il governo italiano regola l'intervento pubblico nei settori del mondo dello spettacolo, al fine di fornire sostegno finanziario a tutti gli organismi operanti nei vari settori dello spettacolo (cinema, teatro, musica, danza, circo e spettacolo viaggiante) e promuovere iniziative di carattere e rilevanza nazionale in Italia o all'estero. Dal 2018 i criteri e le modalità di concessione dei contributi FUS sono disciplinati dal decreto ministeriale 27 luglio 2017, n. 332. Sino al 2016 il FUS finanziava anche il settore cinematografico, ma attraverso la Nuova legge Cinema del 2016, dal 2017 è stato istituito per questo settore il Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo [cfr. 1.1]

Fondi sub-nazionali

Parallelamente, esistono a livello sovranazionale e sub-nazionale altri fondi. Al fine di restringere il campo d'indagine sul panorama italiano, non tratterò qui dei primi, bensì approfondirò il discorso sui secondi ed in particolare sui Film fund.

I Film fund consistono in finanziamenti pubblici sub-nazionali che affiancano il lavoro delle Film Commission. Al pari dei fondi nazionali, sono soggetti alle regole comunitarie in materia di aiuti di Stato²⁸. La scelta politica di investire strategicamente sulla produzione audiovisiva e cinematografica ha portato molte amministrazioni locali italiane a seguire l'esempio di altri Paesi europei, istituendo un fondo di sostegno economico al settore. In Europa infatti, come in Francia o Germania, questo tipo di fondi comincia a comparire tra la fine degli anni ottanta e l'inizio degli anni novanta, mentre in Italia il

²⁷ Ivi, p. 106.

²⁸ Cucco M., Richeri G., *op. cit.*, p. 87.

primo Film fund si registra nel 2003 e appartiene alla regione Friuli Venezia Giulia, che lo istituisce dopo il primo triennio di operatività della Film Commission con la legge finanziaria regionale 29 gennaio 2003 n. 1²⁹. Questo primo fondo nasce con «il duplice scopo di incrementare, ma allo stesso tempo selezionare, la presenza sul territorio di produzioni audiovisive e di aumentare il controllo pubblico sugli effetti di ricaduta diretta e indotta»³⁰ e prevede lo stanziamento di 900 mila euro sull'arco del triennio 2003/2005³¹. Nel 2006 viene istituito un secondo Fondo Regionale per l'Audiovisivo, che a differenza del primo, di cui è perfettamente complementare, ha come obiettivi la formazione, lo sviluppo, la promozione e la distribuzione dei film, oltre alla crescita delle imprese e professionalità locali³². In realtà, un'altra regione aveva cronologicamente preceduto il Friuli. La Campania, infatti, con l'approvazione della legge regionale n. 15 del 2002 aveva previsto e istituito un Fondo per la partecipazione a produzioni del settore dello spettacolo, ma le risorse non furono disponibili fino all'autunno del 2006³³.

Per fornire uno sguardo panoramico, secondo i dati forniti da ANICA³⁴, nel 2010 sono censiti sul territorio 25 strumenti attivi a vario titolo in 14 Regioni. Il 60% delle risorse è gestito dalle FC. La Regione che presenta il maggior numero di strumenti è il Lazio. Dal 2003, al fondo del Friuli Venezia Giulia si sono susseguiti quelli di Campania, Piemonte, Lazio, Emilia Romagna, Sardegna, Sicilia, Puglia, Marche, Toscana, Veneto, Liguria.

Nell'arco di pochi anni dunque la gran parte delle regioni che presentava una Film Commission istituisce fondi regionali per il settore del cinema e dell'audiovisivo, anche se la mancanza di norme precise in merito alle competenze di Stato e regione nell'ambito dell'audiovisivo e di una strategia comune tra le regioni, che si muovono in autonomia, creano un panorama piuttosto disomogeneo³⁵. È possibile comunque rintracciare delle caratteristiche comuni tra i vari fondi, e riguardano³⁶:

- la copertura territoriale, ovvero il fatto che i fondi vengono istituiti a livello regionale;

²⁹ Versace A., Canova L., Fabbri T., Medolago Albani F., *op. cit.*, p. 287.

³⁰ Ivi, p. 289.

³¹ Ibidem.

³² Ivi, p.290.

³³ Ivi, p.290.

³⁴ ANICA, *Evoluzione dei fondi regionali per il cinema e l'audiovisivo. Vincoli e opportunità*, Venezia, 2010, http://www.anica.it/online/news/Venezia67_Cinema_territorio.pdf

³⁵ Cucco M., Richeri G., *op. cit.*, p. 132.

³⁶ Ivi, p. 133-134.

- l'approccio al comparto dell'audiovisivo, che si rivela di sistema e trasversale, poiché i fondi sono rivolti all'intero comparto dell'audiovisivo e sostengono diversi stadi della filiera audiovisiva;
- la gestione, che è di norma affidata alla FC locale;
- i criteri di eleggibilità, che comprendono il fatto che una percentuale del fondo venga spesa sul territorio, che una quota del personale coinvolto sia locale e che una percentuale minima di scene venga girata in esterno e sia presente nel prodotto finale montato così da garantire una certa visibilità al patrimonio storico, culturale e paesaggistico locale.

Secondo lo studio sopracitato dell'ANICA, tra il 2005 e il 2010 si è registrata una «straordinaria accelerazione normativa che ha portato all'attivazione di numerosi fondi e strumenti di sostegno alla produzione audiovisiva»³⁷, ma i criteri per cui differiscono le modalità operative dei fondi sono molti: fonte normativa; autorità competente; requisiti di eleggibilità; natura del contributo; regime di aiuto e complementarietà dei sostegni pubblici; tipologia di prodotto; vincoli territoriali di spesa in loco, impiego risorse umane e numero di settimane di ripresa; organi e criteri di valutazione; periodicità dei bandi. Si assiste anche ad una disomogeneità dei criteri d'intervento: nonostante ogni ente territoriale emani un atto normativo che dà il fondamento giuridico ad ogni fondo, i vari criteri si rivelano diversi da ente ad ente. A volte i fondi sono indirizzati ad un sostegno generale del settore, altre volte si tratta di fondi ad hoc gestiti dalle FC. Spesso, inoltre, si assiste alla sovrapposizione di enti erogatori all'interno dello stesso ente locale. Questa riflessione ha portato i protagonisti del settore alla consapevolezza della necessità di una collaborazione sia di tipo verticale (Stato-Regioni) che orizzontale (Regioni-Regioni), per giungere ad un'offerta che sia completa e ragionata. A tal fine si è dimostrata fondamentale l'esigenza di un maggiore e più proficuo dialogo tra le parti, così come la condivisione degli obiettivi delle politiche in materia.

Concludendo, la fondamentale differenza tra Film Fund e Film Commission è che i primi rappresentano organismi con finalità di natura finanziaria, che operano in maniera autonoma rispetto alle amministrazioni che li costituiscono e che intervengono attivamente solo nella costruzione del piano finanziario delle produzioni; mentre le seconde, come già ampiamente esposto [cfr. 1.2.1], rappresentano organismi di

³⁷ ANICA, *Evoluzione dei fondi regionali per il cinema e l'audiovisivo. Vincoli e opportunità*, Venezia, 2010, http://www.anica.it/online/news/Venezia67_Cinema_territorio.pdf.

mediazione tra il territorio e le produzioni, la cui principale funzione è quella di attrarre e agevolare quest'ultime. Si tratta per cui di strumenti con finalità molto diverse: «di servizio, le prime, di sviluppo economico e/o culturale, i secondi»³⁸.

1.3. VENETO FILM COMMISSION

«La Veneto Film Commission nasce ufficialmente, con l'approvazione da parte del consiglio regionale della legge di costituzione di un ente che in Veneto mancava a differenza della quasi totalità delle regioni italiane. Dopo gli appelli dei professionisti del settore e i contatti fra Regione e le film commission provinciali che negli anni sono nate, in assenza di un coordinamento, c'è un atto formale»³⁹.

Nata ufficialmente nel 2019, la storia di Veneto Film Commission ha radici che risalgono a diciannove anni prima. È del 2000 la nascita dell'ufficio Film Commission interno alla Regione, con gli obiettivi di promuovere la ricerca delle location, definire le collaborazioni con gli organismi del territorio per i servizi alle produzioni e fornire a quest'ultime tutte le informazioni necessarie. Nel 2009 questo ente ottiene un riconoscimento formale e viene allargata la sua *mission*, che va a comprendere anche il sostegno alle produzioni audiovisive italiane e non, localizzate sul territorio veneto. Tuttavia, il budget messo a disposizione per lo svolgimento di queste funzioni si rivela poco rilevante. Nel 2017 avviene il salto attraverso l'approvazione della costituzione della Veneto Film Commission «quale fondazione di partecipazione, promossa e sostenuta dalla Regione del Veneto in qualità di socio fondatore»⁴⁰, a cui possono aderire «in qualità di soci sostenitori, Enti Locali, Camere di commercio, nonché altri organismi imprenditoriali e associativi pubblici e privati del Veneto»⁴¹. La Fondazione diviene operativa effettivamente dal 2019, mentre è a settembre 2020 che partecipa per la prima volta alla Mostra del Cinema di Venezia, dov'è presente con lo “Spazio Regione Veneto - Fondazione Veneto Film Commission”⁴². La sua storia, quindi, come organismo di Film

³⁸ Versace A., Canova L., Fabbri T., Medolago Albani F., *op. cit.*, p. 279.

³⁹ Italian Film Commission, “Veneto Film Commission, nasce la fondazione a guida regionale”, 22/12/2017, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/veneto-film-commission-nasce-la-fondazione-a-guida-regionale/>

⁴⁰ Regione del Veneto, Allegato A, Statuto della Fondazione “Veneto Film Commission”, DGR nr. 387 del 26 marzo 2018, https://bur.regione.veneto.it/BurVServices/pubblica/Download.aspx?name=387_AllegatoA_367056.pdf&type=9&storico=False

⁴¹ Ibidem.

⁴² Veneto Film Commission, “La Veneto Film Commission sarà presente alla 77. Edizione della Mostra del Cinema di Venezia con incontri dedicati al settore e al territorio”, 27/08/2020,

Commission regionale, è piuttosto recente rispetto a quella di tante altre FC sparse sul territorio italiano [cfr. 1.2.1].

Sul territorio regionale, ad ogni modo, sono presenti anche enti – attualmente riconosciuti dalla legge come sportelli cinema, anche se alcuni di loro hanno mantenuto la denominazione originaria “film commission” – su base essenzialmente provinciale e coordinate dalla VFC. Si tratta di:

- Vicenza film commission, istituita nel 2001
- Venice film commission, istituita nel 2003
- Padova Desk, istituita nel 2007
- Polesine film commission, istituita nel 2009
- Verona Film Office, istituito nel 2010
- Treviso film commission, istituita nel 2011
- Film commission Belluno Dolomiti, istituita nel 2015

Nel corso degli anni, dalla sua nascita, in VFC sono entrati a far parte come soci sostenitori varie città venete. Secondo lo statuto della Fondazione, «ogni socio sostenitore, all’atto dell’adesione, si impegna a garantire il versamento del contributo minimo annuo al funzionamento della Fondazione»⁴³, dunque per la città che decide di entrarvi si tratta di un investimento che crede nella potenza del settore audiovisivo cinematografico come veicolo di promozione territoriale. La prima è stata Verona, con delibera della giunta a fine 2021⁴⁴. Successivamente vi hanno aderito Jesolo, Treviso, Venezia, Vicenza, Chioggia. Dunque non solo capoluoghi di provincia, ma anche città di più modeste dimensioni come Jesolo e Chioggia, entrambe caratterizzate da un turismo prettamente balneare, ma che attraverso la partecipazione in prima persona alle politiche della Fondazione hanno la possibilità, se lo ritengono opportuno, di valorizzare altri aspetti oltre a quello per cui sono note, come ad esempio quello riguardante il patrimonio storico, artistico e culturale. Dal momento che è la città stessa a proporsi come socio sostenitore, si tratta di un meccanismo in cui la città costituisce parte attiva e propositiva. Come spiega Jacopo Chessa, direttore di VFC: «la partecipazione dei soci non è pensata come una dinamica commerciale o di profitto. Dal momento che sei dentro all’assemblea

<https://venetofilmcommission.com/it/la-veneto-film-commission-sara-presente-alla-77-edizione-della-mostra-del-cinema-di-venezias-con-incontri-dedicati-al-settore-e-al-territorio/>

⁴³ <https://venetofilmcommission.com/it/soci-sostenitori/>

⁴⁴ Veneto Film Commission, “Verona primo comune capoluogo nella Veneto Film Commission”, 4/02/2022, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2022/02/CS_1_VFC-e-Verona-.pdf

dei soci puoi proporre le tue idee, i tuoi obiettivi»⁴⁵. Il vantaggio nel partecipare alla Fondazione consiste sostanzialmente nell’aver uno scambio diretto e proficuo di idee, opinioni, esperienze, obiettivi, con altre città.

Per quanto riguarda i fondi, il più importante sostegno economico è il Fondo regionale per il cinema e l’audiovisivo, istituito dalla legge regionale 9 ottobre 2009 n. 25 e gestito dalla VFC. La doppia finalità del fondo è di promuovere la conoscenza del territorio regionale e valorizzare i professionisti e le imprese dell’audiovisivo locali. Il fondo di produzione del 2023, messo a disposizione con il bando FESR PR 2021-2027, è stato di 5 milioni di euro, suddiviso in due finestre da 2,5 milioni ciascuna⁴⁶.

A proposito di imprese e professionisti locali, nel 2023 è stato indetto il bando “Cultura in rete”: «progetti per costruire la capacità di fare rete, prefigurare nuove competenze o profili professionali, favorire lo sviluppo delle competenze chiave degli operatori in particolare in ambito tecnico ed artistico o orientate alla transizione digitale e verde»⁴⁷. Il bando era destinato a lavoratori occupati, compresi i liberi professionisti; lavoratori autonomi; imprenditori, titolari d’impresa e coadiuvanti d’impresa. L’ammontare stanziato era di 3,1 milioni di Euro.

Un altro fondo importante gestito dalla VFC è il Fondo Location Scouting, messo a disposizione dall’Assessorato regionale al Turismo con l’Assessorato alla Cultura a partire da maggio 2021, a cui possono accedere progetti di società italiane e straniere di lungometraggi di finzione, serialità, documentari e programmi televisivi che hanno come location il Veneto⁴⁸.

Recentemente, dal 15 al 21 febbraio 2024, VFC è stata partecipe dell’European Film Market (EFM), del 74° Festival Internazionale del Cinema di Berlino che ha visto l’Italia in qualità di Paese protagonista, “Country In Focus”. Attraverso sessioni di approfondimento e attività che hanno coinvolto tutte le diverse categorie dell’industria, l’obiettivo dell’evento è consistito nel promuovere il sistema audiovisivo italiano nel suo

⁴⁵ Dalla mia intervista a Jacopo Chessa, realizzata in data 28/02/2024.

⁴⁶ Italian Film Commission, “Online il Bando Pr Fesr 2021-2027 a favore della produzione cinematografica della Regione del Veneto”, 21/04/2023, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/online-il-bando-pr-fesr-2021-2027-a-favore-della-produzione-cinematografica-della-regione-del-veneto/>

⁴⁷ Italian Film Commission, “Veneto Film Commission: opportunità per imprese e liberi professionisti”, 29/01/2023, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/veneto-film-commission-opportunita-per-imprese-e-liberi-professionisti/>

⁴⁸ Italian Film Commission, “Veneto Film Commission: fondo location scouting”, 9/06/2021, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/veneto-film-commission-fondo-location-scouting/>, <https://venetofilmcommission.com/it/fondo-location-scouting/>

complesso, presentare nuovi incentivi, favorire accordi di coproduzione con l'Italia e lo sviluppo di progetti cinematografici e fornire occasioni di networking con produttori, distributori, investitori e creativi⁴⁹.

Nel 2023 VFC ha organizzato, promosso e partecipato a tre importanti progetti, volti a promuovere, formare e creare network di conoscenze: Veneto Green Movie, ScriptLab 2023 e il Workshop Ace Leadership Special 2023.

Il primo, un progetto di educazione visiva e ambientale per le scuole primarie e secondarie della regione Veneto, si è costituito in una rassegna cinematografica proponente venti opere cinematografiche internazionali, volta a sensibilizzare nelle tematiche d'attualità collegate all'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. Il progetto è ideato dalla VFC e realizzato in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale del Veneto, nell'ambito del Piano Nazionale Cinema e Immagini per la Scuola promosso da Ministero della Cultura e Ministero dell'Istruzione⁵⁰. La tematica *green*, sempre più importante all'interno dell'intero ambito dell'audiovisivo, ha portato ad adottare nel 2021 il disciplinare "Green Film" per la produzione audiovisiva in Veneto.

ScriptLab 2023 si tratta invece di un workshop organizzato da TorinoFilmLab - Museo Nazionale del Cinema con il sostegno di Creative Europe - Sottoprogramma MEDIA dell'Unione Europea, la collaborazione di German Films e VAF - Flanders Audiovisual Fund, e della Scuola di Cinema Carlo Mazzacurati⁵¹. Consiste in un programma di alta formazione dedicato «a registi e sceneggiatori locali per lo sviluppo di lungometraggi di finzione, sia originali che adattamenti in fase iniziale, con la possibilità di partecipare in casa a un programma di livello internazionale»⁵². VFC ne ha ospitato la prima tappa, svoltasi ad aprile 2023 presso Galzignano Terme, in provincia di Padova. Opportunità preziosa anche per far conoscere dal vivo il territorio: i partecipanti infatti hanno potuto godere di un breve location tour presso il Castello del Catajo e Villa Vescovi (bene del FAI), entrambi in provincia di Padova.

⁴⁹ <https://italianpavilion.it/festival/74-berlinale/> ultima consultazione 28/02/2024.

⁵⁰ Veneto Film Commission, "Veneto Green Movie, al via il progetto di educazione visiva e ambientale ideato dalla Veneto Film Commission per le scuole del Veneto", 13/01/2023, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2023/01/CS_Veneto-Green-Movie.pdf

⁵¹ Veneto Film Commission, "ScriptLab 2023: Veneto Film Commission e Scuola di Cinema Carlo Mazzacurati portano in Veneto per il terzo anno il TorinoFilmLab", 31/03/2023, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2023/10/CS_ScriptLab-2023-Colli-Euganei.pdf

⁵² Ibidem.

Infine, il Workshop Ace Leadership Special 2023, il più importante programma di formazione per produttori di livello mondiale, sostenuto da Creative Europe MEDIA⁵³. VFC ne ha ospitato l'edizione 2023, tenutasi a giugno presso San Vito di Cadore, in provincia di Belluno. Hanno partecipato al workshop dodici produttori internazionali, tre tutor internazionali, due figure organizzative di Ace Producers, e tre produttori veneti. L'occasione è stata quella di uno scambio proficuo di idee e competenze con gli omologhi internazionali, beneficiando di una consulenza gratuita da parte dei tutor di ACE Producers. «L'obiettivo principale dell'iniziativa è quello di fornire a produttori che abbiano già una buona esperienza le competenze trasversali richieste dal settore da un'industria cinematografica in continuo cambiamento, potenziando e incoraggiando capacità commerciali e di management»⁵⁴.

Dando uno sguardo all'anno 2022 un altro importante evento a cui VFC ha partecipato e che ritengo importante citare è FOCUS - The Meeting Place for International Production⁵⁵. Si tratta di una manifestazione, nel 2022 arrivata all'ottava edizione, rivolta ai professionisti del settore audiovisivo internazionale e dedicata alle location, agli incentivi nazionali e regionali, alle *facilities* e ai servizi per il cinema. Si è svolta presso il Business Design Centre di Londra a dicembre 2022 e l'Italia vi ha partecipato con uno stand dedicato. Oltre a MAECI (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale), MiC (Ministero della Cultura), Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, Agenzia ICE, Cinecittà, APE (Associazione Produttori Esecutivi), sette le FC regionali presenti, delegazione di IFC: Veneto FC, Genova-Liguria FC, Roma-Lazio FC, Valle d'Aosta FC, Trentino FC, Calabria FC, Sardegna FC. Quest'evento ha costituito senza dubbio una grande opportunità per tutto il contesto italiano per promuovere le proprie eccellenze e creare una rete di conoscenze, ma in particolare per quello della VFC, se si considera che tra tutte le FC italiane è una delle più recenti.

Nel 2022 inoltre VFC ha aderito al progetto “Showrunner Lab.”, un corso di alta specializzazione e primo laboratorio italiano interamente dedicato alla figura

⁵³ Veneto Film Commission, “Veneto Film Commission mette in vetrina produzioni e luoghi del territorio al workshop Ace Leadership Special”, 30/06/2023, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2023/10/2_cs-VFC_ACE-LEADERSHIP-SPECIAL-2023.pdf

⁵⁴ Ibidem.

⁵⁵ Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, “La DGCA al Focus – The Meeting Place for International Production di Londra”, 5/12/2022, <https://cinema.cultura.gov.it/appuntamenti/la-dgca-al-focus-the-meeting-place-for-international-production-di-londra/?highlight=Veneto%20film%20commission&ricerca=Veneto+film+commission>

professionale dello showrunner, sempre più richiesta nel mondo dell'audiovisivo ma che in Italia appare ancora carente e non ben delineata⁵⁶. Con docenti di ampio respiro nazionale ed internazionale, il laboratorio si è tenuto tra aprile e maggio 2022 nella località di Prato.

Infine vorrei porre l'attenzione su un progetto da poco avviato sul territorio veneziano, ma che tengo portare a conoscenza per l'impatto economico, professionale e di ritorno d'immagine che può generare. Il Presidente della Regione Luca Zaia, nel maggio dello scorso anno, esprimendo soddisfazione per i risultati ottenuti dalla VFC dal 2019 al 2023, ha introdotto la novità riguardante "CSC Immersive Arts", la nuova sede del Centro Sperimentale di Cinematografia presso l'Isola di San Servolo a Venezia. L'accordo, firmato il 5 settembre 2022 tra la Fondazione Centro Sperimentale di Cinematografia e la Regione del Veneto e sostenuto dalla VFC⁵⁷, prevede la nascita del polo "CSC Immersive Arts. A Center for the Expanded Moving Image", un centro unico in Europa dedicato ad un programma di laboratori intensivi volti all'acquisizione e all'aggiornamento di competenze tecnico-creative nel campo delle arti immersive. Secondo Zaia «Questa sfida permetterà la creazione di un incubatore culturale di nuove professionalità che proietterà l'identità contemporanea di Venezia e del Veneto nel futuro attraverso le più evolute tecnologie e le sperimentazioni artistiche più avanzate, oltre a creare occupazione, benefici economici e attrattività formativa»⁵⁸. Il progetto è stato presentato ufficialmente a settembre durante l'edizione 2023 del Festival del Cinema di Venezia e ha avuto avvio a dicembre.

Tutti questi progetti ed eventi a cui VFC ha partecipato o ha essa stessa collaborato a realizzare, ritengo siano significativi per capire quale siano il focus e la direzione intrapresi dalla film commission, ovvero la promozione a livello internazionale e la collaborazione con istituti ed enti nazionali ed extra, al fine di far conoscere le proprie eccellenze ma anche (e soprattutto, secondo la mia opinione) per lavorare sulla qualità. Si delinea così un profilo di attività molto variegato e di alto livello, che può portare la

⁵⁶ Veneto Film Commission, "La Veneto Film Commission investe nella formazione: borse di studio per entrare nel mondo delle serie tv con showrunnerlab", 21/02/2022, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2022/02/CS_21.2.2022-VFC-SHOW-RUNNER.pdf

⁵⁷ <https://www.fondazioneccsc.it/chi-siamo/le-nostre-sedi/sede-veneto/#:~:text=La%20nuova%20sede%20regionale%20aprile%20C3%A0,sostenuto%20dalla%20Veneto%20Film%20Commission>

⁵⁸ Chioggia in diretta, "Il cinema sceglie il Veneto", 06/05/2023, <https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2023/05/06/news/il-cinema-sceglie-il-veneto-219960/>

giovane VFC a competere e/o confrontarsi con realtà più grandi o più “navigate” senza correre alcun rischio.

L’attività della VFC, dalla sua nascita “ufficiale” come fondazione ad inizio 2019, ha cominciato a dare i suoi importanti frutti soprattutto a partire dal 2021, ragionevolmente dal momento che l’effettivo primo anno di attività, il 2020, è stato deleterio per il settore dello spettacolo a causa delle restrizioni dovute all’epidemia da Covid-19. Nel 2023 un comunicato stampa di VFC ha decretato il Veneto come «[...] un set sempre più richiesto per le nuove produzioni cinematografiche italiane e internazionali grazie ai bandi lanciati dalla Regione del Veneto e al sostegno della Veneto Film Commission»⁵⁹. Quattro le produzioni attive sul territorio solo tra ottobre e novembre 2023: *C’è anche domani*, dedicato alla vita di Ennio Doris, girato tra Veneto e Lombardia e prodotto da Movie Magic International; *Indian Summer*, prodotto da Ag Produktions e GmbH, con scene girate a Venezia per la regia di Pia Hierzegger; *In the Hand of Dante* di Julian Schnabel, produzione Indiana Production le cui riprese, iniziate a ottobre, prevedevano di toccare varie città italiane tra cui Venezia, Verona, Padova; *Prima di noi*, una serie prodotta da Wildside, con scene girate tra Feltre e Vittorio Veneto.

Ho potuto rivolgere a Jacopo Chessa qualche domanda riguardante l’attività della Fondazione, ed in particolare sui servizi che VFC può offrire alle produzioni sul territorio: «[...] assistiamo le produzioni principalmente nello scouting e dunque nella ricerca delle location. Tutta la parte relativa alla permissistica è in capo ai singoli comuni. Ovviamente ci occupiamo anche dei rapporti con le istituzioni, quindi con il Comune ad esempio. [...] Inoltre aiutiamo anche nel reperimento delle maestranze»⁶⁰. Quest’ultimo punto si verifica in particolare nel momento in cui la produzione sostenuta beneficia del fondo di produzione regionale, che avendo come scopo la valorizzazione del territorio e dei professionisti locali prevede l’obbligo di una percentuale di spesa sul territorio e del coinvolgimento di maestranze locali.

Nel campo della serialità italiana, ambito di cui fa parte il caso studio presentato nel presente elaborato, uno dei titoli più importanti a cui VFC ha prestato supporto è costituito da *Un passo dal cielo*, produzione Lux Vide trasmessa su Rai 1 dal 2011 e arrivata

⁵⁹ Veneto film commission, “Il Veneto set cinematografico sempre più richiesto per produzioni italiane e internazionali”, 12/10/2023, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2023/10/cs-VFC_set-Veneto_bando-Regione.pdf

⁶⁰ Dalla mia intervista a Jacopo Chessa, realizzata in data 28/02/2024.

attualmente alla settima stagione. A partire dalla sesta stagione (2021), la serie ha cambiato location spostandosi dalle zone dell'Alto Adige (simboliche le ambientazioni sul Lago di Braies e nel paese di San Candido) alle Dolomiti venete, in particolare a San Vito di Cadore (BL). Si è trattato del primo set di forte rilevanza sul territorio veneto dopo il drammatico periodo del lockdown, nonché il primo con cui VFC si è confrontata, come ha raccontato Jacopo Chessa: «Una sorta di prova del fuoco alla quale la Film Commission è felice di partecipare»⁶¹. La produzione ha avuto una forte ricaduta economica positiva sul territorio e sul settore, entrambi in un momento di sofferenza dovuto all'epidemia da Covid-19. Tra le location utilizzate si possono apprezzare il Lago di San Vito, le zone di Padola nel Comelico Superiore e di Auronzo di Cadore, Cortina d'Ampezzo, il Monte Piana, il Lago Antorno e il Lago di Misurina.

Dando uno sguardo alle produzioni sostenute da VFC attraverso il fondo messo a disposizione dalla Regione Veneto POR FESR 2014-2020, ne riporto di seguito alcune delle più significative dall'anno 2018 al 2021⁶². Per alcuni di essi (anni 2020 e 2021) ho potuto rintracciare anche il valore del contributo concesso. Il criterio con cui ho selezionato i seguenti titoli si è basato, ove possibile, sull'entità del contributo concesso. Per il 2018 ho fatto affidamento sul successo o la risonanza mediatica della pellicola.

Bando 2018: ha messo a disposizione 1 milione e 500 mila euro a fondo perduto a sostegno di investimenti per produzioni audiovisive. 1 milione e 350 mila euro destinati ad opere di fiction e animazione e 150 mila euro destinati a documentari e cortometraggi⁶³.

Lungometraggi

- *Effetto domino*, regia Alessandro Rossetto, produzione Jolefilm
- *Il grande passo*, regia Antonio Padovan, produzione Ipotesi Cinema

⁶¹ Veneto Film Commission, "Nuove location per la sesta stagione della fiction "Un passo dal cielo", 14/07/2020, <https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2020/08/Un-Passo-dal-Cielo-Nuove-Location-per-la-sesta-stagione-1407-.pdf>

⁶² Le produzioni sono riportate in ordine alfabetico. Un elenco più completo delle produzioni sostenute si può trovare in:

<https://www.culturaveneto.it/it/la-tua-regione/produzioni-por-fesr-cinema>

Per quanto riguarda l'ultimo bando, indetto nel 2023 (di cui sopra), facente parte del POR FESR 2021-2027, è possibile visionare solamente l'approvazione della graduatoria delle domande ammissibili riferite al primo sportello (presentazione delle domande il 19 aprile 2023 e chiusura il 30 maggio 2023). Tale graduatoria è stata emanata con decreto AVEPA n.315 del 27/09/2023:

<https://www.culturaveneto.it/uploads/attachments/clnczzxpd03gq2p6z0mcizf2g-decreto-avepa-27-09-2023.pdf>

⁶³ <https://www.culturaveneto.it/it/cultura/cinema/fondi-por-fesr-cinema/produzioni-por-fesr-cinema-bando-2018>

- *Mancino naturale*, regia Salvatore Allocca, produzione Emma Film
- *Si muore solo da vivi*, regia Alberto Rizzi, produzione K+

Serie tv

- *The New Pope*, regia Paolo Sorrentino, produzione esecutiva 360 Degrees Film

Bando 2020: ha messo a disposizione 5 milioni di euro con i quali sono state finanziate 18 iniziative: 1 nella categoria animazione, 12 nella categoria short e doc, 5 nella categoria serie televisive e fiction⁶⁴.

Lungometraggi

- *Across the river and into the trees*, regia Paula Ortiz, produzione Augustus Color S.r.l., contributo massimo concesso 1.300.000,00€⁶⁵
- *Il boemo*, regia Petr Vaclav, produzione Dugong S.r.l., contributo massimo concesso 240.000,00€⁶⁶
- *Il ritorno di Casanova*, regia Gabriele Salvatores, produzione Indiana Production S.r.l., contributo massimo concesso 779.132,00€⁶⁷
- *Venicefrenia*, regia Álex De La Iglesia, produzione ElioFilm S.r.l., contributo massimo concesso 1.032.543,20€⁶⁸

Serie tv

- *Eau de vie*, regia Sabine Derflinger, produzione Mestiere Cinema S.r.l., contributo massimo concesso 803.804,80€⁶⁹

Cortometraggi e documentari

- *L'oro di Venezia (Il Bosco di San Marco)*, regia Nicola Pittarello, produzione S.D. Cinemat S.r.l, contributo massimo concesso 44.250,00€⁷⁰

⁶⁴ <https://www.culturaveneto.it/it/la-tua-regione/cinema/produzioni-por-fesr-cinema/produzioni-por-fesr-cinema-bando-2020>

⁶⁵ Dato presente in https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2020/10/n.-348-del-22-ottobre-2020_.pdf

⁶⁶ Ibidem.

⁶⁷ Ibidem.

⁶⁸ Ibidem.

⁶⁹ Ibidem.

⁷⁰ Dato presente in https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2020/11/n.-359-del-30-ottobre-2020_.pdf

- *Panorami sommersi: le origini di Venezia*, regia Samuele Gottardello, Controcampo S.r.l., contributo massimo concesso 44.700,00€⁷¹
- *Venezia il futuro del pianeta*, regia Marco Visalberghi, Doclab S.r.l., contributo massimo concesso 33.976,00€⁷²

Bando 2021: ha messo a disposizione 1 milione e 500mila euro con cui sono stati finanziati 14 progetti: 1 nella categoria animazione, 6 nella categoria short e doc, 7 nella categoria serie televisive e fiction⁷³.

Lungometraggi

- *A beautiful imperfection*, regia Michiel Van Erp, produzione Kino Produzioni S.r.l., contributo massimo concesso 158.994,65€⁷⁴
- *Billy*, regia Emilia Mazzacurati, produzione Jolefilm S.r.l., contributo massimo concesso 81.056,00€⁷⁵
- *Love in the Villa*, regia Mark Steven Johnson, produzione 360 Degrees Film S.r.l., contributo massimo concesso 200.000,00€⁷⁶
- *Natale all'improvviso*, regia Francesco Patierno, produzione Notorius S.p.a., contributo massimo concesso 200.000,00€⁷⁷

Cortometraggi e documentari

- *Geometrie della fine*, regia Francesca Ferrario, produzione Graffitidoc S.r.l., contributo massimo concesso 9.798,40€⁷⁸

⁷¹ Ibidem.

⁷² Ibidem.

⁷³ <https://www.culturaveneto.it/it/la-tua-regione/produzioni-por-fesr-cinema>

⁷⁴ Dato presente in <https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2022/05/Fiction.pdf>

⁷⁵ Ibidem.

⁷⁶ Ibidem.

⁷⁷ Ibidem.

⁷⁸ Dato presente in https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2022/05/Short_Doc_XR.pdf

CAPITOLO SECONDO. CHIOGGIA NEL CINEMA

2.1. CHIOGGIA NEL CONTESTO AUDIOVISIVO PASSATO

«Il processo produttivo interagisce con il territorio su due diversi livelli: uno organizzativo e di gestione, l'altro prettamente estetico ed artistico. Il territorio rappresenta per la produzione una risorsa fondamentale, poiché è allo stesso tempo: ambiente, paesaggio, patrimonio storico-artistico, culturale locale, clima, società, folklore»⁷⁹. Studi hanno evidenziato come motivazioni estetiche e motivazioni economico-organizzative di *project management* costituiscano il mix decisivo per la scelta di un set piuttosto che di un altro. Le motivazioni estetiche prevalgono qualora non ci siano più alternative di location funzionali a rappresentare ed esaltare l'idea di territorio del prodotto artistico. Ma nel caso in cui ci siano più location adatte all'ambientazione, prevalgono le motivazioni economico-organizzative, per cui la produzione sceglie, tendenzialmente, la location meno dispendiosa in termini di denaro, tempo e risorse. Quest'ultimo punto è quello su cui maggiormente si dispiega il fenomeno delle produzioni a Chioggia: «Ciò che più interessava alle produzioni principalmente, prima di scoprire veramente Chioggia, era di cannibalizzarla per farla figurare come Venezia»⁸⁰. Si è aperta infatti così la mia intervista a Massimo Fabris, location manager per Veneto Film Commission, operante prevalentemente sul territorio della laguna veneta. Venezia, da canto suo, ha da sempre attratto sul proprio territorio produzioni cinematografiche e audiovisive, ma queste hanno spesso riscontrato difficoltà logistiche, economiche e burocratiche, dovute agli spostamenti (resi possibili soltanto via acqua), ad un sistema burocratico piuttosto intrecciato ed infine ai costi elevati che girare in città comporta. La natura intrinsecamente cinematografica di Venezia però non ha mai smesso di affascinare registi e autori, portando così le produzioni a dirigersi verso Chioggia e ad utilizzarla come controfigura, grazie alle fisionomie naturali, antropiche e architettoniche che le accomunano. Difatti, Chioggia viene denominata con l'appellativo di "Piccola Venezia". A livello economico sono molti i benefici che Chioggia può offrire: alberghi e ristoranti a buon prezzo, la possibilità di muoversi in auto e senza dover ricorrere al noleggio di una barca (o altro mezzo su acqua), permessi meno costosi. Ma non è da sottovalutare neppure il fattore burocratico: come spiegato da Massimo Fabris: «Ovviamente il piano di

⁷⁹ Nicosia Enrico, "La Sicilia di Montalbano tra narrazione letteraria e trasposizione televisiva" in Graziano Teresa, Nicosia Enrico (a cura di), *Geo-fiction. Il volto televisivo del Belpaese*, Aracne, Canterano, 2017, p.32.

⁸⁰ Dalla mia intervista a Massimo Fabris realizzata in forma orale in data 25/01/2024.

lavorazione di una produzione è sempre variabile, basta solo che quel giorno piova e si deve cambiare il piano dell'intera giornata. Se questo succede a Chioggia ad esempio, si possono velocemente cambiare i permessi e non si perde la giornata. Se invece succede a Venezia, dove ci sono mille manifestazioni, gli spazi sono già occupati o altro, si perde la giornata di riprese e diventa un costo importante»⁸¹. Secondo di Cesare e Rech, infatti, «sono molti i produttori che affermano come la presenza di condizioni tali da garantire la semplificazione delle procedure burocratiche e, più in generale, la massimizzazione dell'efficienza del lavoro siano gli aspetti cui va assegnata la ponderazione maggiore nell'analisi comparata tra possibili alternative»⁸². Ad essere al centro dell'analisi da parte delle produzioni è il budget *below the line*, che comprende tutti quei costi riconducibili alle maestranze e al capitolo di spesa riguardante trasferte e ospitalità, ed è considerato «dalla maggior parte dei produttori come il più oneroso tra quelli legati al girato in esterno»⁸³. Ciò nel tempo ha fatto sì che a poter sostenere il peso di un set solo su Venezia fossero produzioni grandi, prevalentemente americane (due esempi su tutti: *Tutti dicono I love you* di Woody Allen del 1996 e *The Tourist* di Florian Henckel von Donnersmarck del 2010). Produzioni minori, invece, tra cui molti spot pubblicitari, hanno intrapreso la strada accennata prima, utilizzando Chioggia come sede principale di riprese e facendola figurare come Venezia attraverso l'uso di alcuni scorci noti come ad esempio Il ponte di Rialto o Piazza San Marco.

Tra i titoli che hanno utilizzato Chioggia figurandola come Venezia, individuati attraverso varie ricerche e le informazioni donatemi da Massimo Fabris, segnalo⁸⁴:

- *La prima notte*, 1959, lungometraggio diretto da Alberto Cavalcanti.
- *La moglie del prete*, 1971, lungometraggio diretto da Dino Risi.
- *L'uomo dagli occhiali a specchio*, 1975, sceneggiato televisivo diretto da Mario Foglietti.
- *Culastrisce, nobile veneziano*, 1976, lungometraggio diretto da Flavio Mogherini⁸⁵.

⁸¹ Ibidem.

⁸² Di Cesare Francesco, Rech Gloria, *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, Roma, Carocci, 2007, p. 31.

⁸³ Ivi, p. 33.

⁸⁴ Nell'elenco ho omesso uno spot realizzato nel 2012 dalla compagnia telefonica "3" per la televisione svedese, poiché non è possibile reperirlo online. Le uniche informazioni a riguardo si hanno in un articolo nell'archivio de La Nuova di Venezia e Mestre, "Chioggia si trasforma in un set da oggi la "3" gira uno spot", 18/05/2012, https://ricerca.gelocal.it/nuovavenezia/archivio/nuovavenezia/2012/05/18/NZ_39_06.html

⁸⁵ Chioggia News 24, "Chioggia e il cinema. "Culastrisce, nobile veneziano" (1975)", 27/05/2016, <https://www.chioggianews24.it/chioggia-cinema-culastrisce-nobile-veneziano-1975/>

- *La carica delle patate*, 1979, lungometraggio diretto da Walter Santesso.
- *Faccia d'angelo*, 2012, miniserie televisiva in due puntate, diretta da Andrea Porporati, prodotta e trasmessa da Sky Cinema.
- *A dinner party in Venezia*, 2014, spot pubblicitario Yoox diretto da Francesco Calabrese.
- *The 8 and the city of no cars*, 2018, spot pubblicitario BMW serie 8 diretto da Daniel Wolfe.
- *Veneciafrenia*, 2021, lungometraggio diretto da Álex de la Iglesia prodotto da Amazon Prime Video e Sony Pictures International Productions, primo di una serie di lungometraggi denominata “The Fear Collection”.⁸⁶
- *DR 6.0 Voyager Suv*, 2022, spot pubblicitario DR Automobili.

Tuttavia, restringendo il campo d'indagine sulle produzioni che hanno scelto di ambientare (e non solo girare) totalmente o parzialmente a Chioggia le proprie storie, sono pochi i titoli che si contano. Di seguito un elenco, che non ha pretesa di esaustività ma che è frutto delle mie ricerche condotte finora⁸⁷, stilato seguendo un criterio preciso: dal momento che il senso del luogo è qualcosa che si percepisce da tanti elementi quali l'inflessione dialettale, l'ambientazione, la fisionomia dei personaggi e i temi trattati⁸⁸, il riconoscimento di un luogo può avvenire tramite elementi espliciti e non (un cartello stradale, un dialetto specifico, una battuta tra i protagonisti, uno scorcio, una tradizione locale, etc...). Ho scelto dunque di riportare di seguito solamente i titoli in cui l'identità di Chioggia viene dichiarata in modalità esplicita e che sono attualmente reperibili sul mercato o online⁸⁹:

- *Gente di Chioggia*, conosciuto anche come *Gente di mare*, 1942, diretto da Basilio Franchina, soggetto di Giovanni Comisso, cortometraggio documentario.

⁸⁶ Il film è stato presentato in concorso al Festival del cinema di Sitges in Spagna, rivelandosi una prestigiosa vetrina internazionale per i territori di Venezia e Chioggia.

Veneto Film Commission, “Venezia e Chioggia protagoniste al Festival del cinema di Sitges in Spagna”, 06/10/2021, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2021/10/CS_06_Veneciafrenia_Sitges.pdf

⁸⁷ La maggior parte delle informazioni le ho recuperate da Ravagnan Sergio, *Storia popolare di Chioggia dalle origini ai giorni nostri*, Sottomarina, Il Leggio, 2008 e da

https://nuovavenezia.gelocal.it/venezia/cronaca/2012/09/12/news/i-film-su-chioggia-in-campo-duomo-1.5687367#google_vignette, tuttavia vorrei segnalare come la rassegna “Chioggiaset” proposta nel 2012 con lo scopo di proiettare “film e documentari ambientati in città” abbia incluso dei titoli che sono stati girati ma non ambientati nella città e che per questo sono stati esclusi dalla mia ricerca.

⁸⁸ Nicosia Enrico, “La Sicilia di Montalbano tra narrazione letteraria e trasposizione televisiva” in Graziano Teresa, Nicosia Enrico (a cura di), *op. cit.*, p.19.

⁸⁹ Per un approfondimento su tutte le opere televisive, cinematografiche e documentaristiche girate a Chioggia, dal 1914 al 2008, rimando ai volumi di Sergio Ravagnan indicati in bibliografia.

- *Vele chioggiotte*, 1951, diretto da Ubaldo Magnaghi, cortometraggio documentario.
- *L'Andreana*, 1982, diretto da Leonardo Cortese, soggetto di Marino Moretti miniserie tv⁹⁰.
- *Fotografando Patrizia*, 1984, Salvatore Samperi, lungometraggio.
- *Io sono Li*, 2011, Andrea Segre, lungometraggio.
- *We are who we are*, 2020, Luca Guadagnino, HBO, serie tv.
- *Odio il Natale*, 2022-2023, CRIC (s.1), Laura Chiossone (s.2), Netflix, serie tv.

Nei prossimi paragrafi mi occuperò di approfondire brevemente due titoli passati: *Gente di Chioggia* e *Io sono Li*. Non ho optato per un criterio comparativo (per analogie o per differenze) nella scelta di questi due titoli, ma li ho selezionati perché ciascuno dimostra un'esplicita volontà di raccontare Chioggia offrendone un'immagine aderente alla realtà della propria contemporaneità. *Gente di Chioggia* è un documento storico dell'Archivio Luce, rappresenta un sunto della vita quotidiana della Chioggia tra le due guerre, o più precisamente alle porte della Seconda Guerra Mondiale. *Io sono Li* invece è un film che racconta Chioggia agli inizi del ventunesimo secolo alle prese con i propri limiti e i propri contrasti, frutto di una realtà sociale in cambiamento, profondamente segnata dall'arrivo di presenze "straniere".

2.1.1. GENTE DI CHIOGGIA

Gente di Chioggia è un cortometraggio documentario della durata di 13'46'', prodotto dall'Istituto Nazionale Luce nel 1940⁹¹. La regia è di Basilio Franchina, mentre il soggetto è tratto dall'omonima raccolta di storie dell'autore trevigiano Giovanni Comisso, vincitore del Premio Bagutta nel 1929. In quest'opera, realizzata durante il fascismo, si respira l'atmosfera di vita quotidiana della cittadina lagunare e lo spettatore viene immerso per mezzo della voce narrante fuori campo nelle riflessioni che attraversano le menti dei soggetti ripresi. L'atmosfera è intrisa di azioni quotidiane, ripetitive: "*un vecchio pescatore dall'alto del campanile scruta l'orizzonte del mare se appaiono le vele di ritorno*" mentre "*gli altri lavorano per le future imprese sul mare*", o ancora "*i vecchi pescatori che non navigano più pensano che sempre, sotto al sole che arde o al cielo che taglia, c'è chi tiene le reti in mare*", mentre "*nell'ombra dei portici e delle calli le donne filano i loro pensieri sui bianchi merletti*". Una voce femminile intona un canto popolare

⁹⁰ Chioggia News 24, "1981: per la Tv si gira L'Andreana", 19/08/2016, <https://www.chioggianews24.it/1981-la-tv-si-gira-landreana/>

⁹¹ <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL3000052289/1/gente-chioggia.html?startPage=0>

e successivamente si vedono le barche dei pescatori tornare al porto e ad aspettarli una schiera di donne, madri, mogli e figlie. Il ritorno in città degli uomini la accende di “*una vita irruente*”, e così l’intero corso centrale (Corso del Popolo) si anima e popola. Infine, in un’osteria (o per meglio dire in un “bacaro”, la tipica osteria della zona veneziana), i pescatori intonano canti popolari. Uno studio di Erika Fasan fa notare come «anche all’interno di una produzione prevalentemente di propaganda, possano nascere prodotti *altri* che mettono l’uomo e l’ambiente in cui egli vive e lavora, e non più i fasti di un regime, al centro della loro poetica»⁹². Chioggia viene così rappresentata nella sua realtà dell’epoca: «È un’intera città che si racconta nella sua tipica vita di pescatori di ritorno dal mare e delle sue donne in perpetua attesa»⁹³. Credo sia interessante notare come non venga fatto nessun riferimento o paragone con la vicina Venezia, segnale, a parer mio, della volontà di raccontare Chioggia nella sua unicità e capacità di autodeterminazione.

2.1.2. IO SONO LI

Il titolo su cui credo sia doveroso soffermarsi è *Io sono Li*, non solo per le candidature e i prestigiosi premi di rilevanza internazionale ricevuti e nemmeno per il forte ancoraggio al territorio coniugato ad uno sguardo globale che quest’opera rappresenta (cast tecnico e artistico che coinvolge risorse locali e professionisti di livello nazionale e non, co-produzione internazionale finanziata con fondi locali pubblici e privati ma anche europei, distribuzione in quarantatré Paesi del mondo⁹⁴), ma soprattutto perché a mio avviso rappresenta un caso significativo per quanto riguarda la presenza di Chioggia nei prodotti cinematografici.

Il film, uscito nel 2011, racconta l’incontro tra Shun Li (Zhao Tao), immigrata di nazionalità cinese che viene mandata a lavorare come barista in un’osteria di Chioggia nell’attesa di poter far arrivare anche suo figlio in Italia, e Bepi (Rade Šerbedžija), chiamato “il poeta”, pescatore di origine slava e stabilitosi a Chioggia da ormai trent’anni.

⁹² Fasan Erika, *Dal veneto minore ai fasti imperiali: il documentario italiano tra realismo e propaganda (1925-1945)*, Tesi di Dottorato Università di Padova, 2009, p.126-127.

⁹³ Sergio Ravagnan, «Chioggia di Celluloide», in *Chioggia. Rivista di studi e ricerche*, Anno VI, numero 9, maggio 1993, p. 108; citato da Fasan Erika, *Dal veneto minore ai fasti imperiali: il documentario italiano tra realismo e propaganda (1925-1945)*, Tesi di Dottorato Università di Padova, 2009, p.126.

⁹⁴ Lavarone Giulia, “Nuove geografie dell’immaginario, tra fondi regionali e product placement”, in Costa Antonio, Lavarone Giulia e Polato Farah (a cura di), *Veneto 2000: il cinema. Identità e globalizzazione a Nordest*, Venezia, Marsilio, 2018, p. 23.

Tra i due nasce un'amicizia che piano piano si fa sempre più intima, destando ostilità in chi li circonda.

Chioggia in *Io sono Li* non è un mero sfondo scenografico: diventa il microcosmo in cui i due protagonisti, pur così lontani in termini di origini e cultura, si riconoscono vicini per via della loro esperienza da migranti. Il paesaggio è spesso rivelato attraverso il filtro emozionale dei personaggi, ma è anche allo stesso tempo rivelatore: le condizioni climatiche e gli spazi naturali vengono utilizzati per esprimere stati d'animo ed emozioni. La luce invernale assieme alla nebbia e alla superficie piatta dell'acqua lagunare concorrono ad accentuare il senso di isolamento, e allo stesso tempo amplificano ancor più le profonde sensibilità emotive dei due protagonisti. Attorno a loro sembra esserci solo ostilità e diffidenza verso l'estraneo, l'ignoto, il "diverso", rappresentata in larga parte dagli amici chioggiotti di Bepi. Potendo riassumere così il rapporto tra Li e Bepi come «un idillio tra due angeli fuori dal paradiso, [...] nella caverna dei primitivi chioggiotti»⁹⁵. Segre, che fino al 2010 si era occupato solamente del genere documentario, sceglie di raccontare il tessuto sociale più popolare (ma anche più vivo) di Chioggia, quello dei pescatori, con il loro modo di vivere e di pensare. Come dichiara lo stesso regista nelle note di regia: «Le varie esperienze di regia con il cinema documentario mi hanno permesso di apprezzare il racconto non solo del reale, ma anche nel reale, aiutandomi a capire come con esso sia possibile scoprire la dimensione intima e profondamente umana della realtà, anche di tematiche urgenti ed attuali della società odierna. In *Io sono Li* ho voluto rispettare modi e stili conosciuti nel cinema documentario, lavorando anche con attori non professionisti e scegliendo sempre location del mondo reale»⁹⁶. È attraverso questo spaccato che *Io sono Li* riesce a conferire una vera e propria connotazione all'immagine di Chioggia. Il rischio di uno "scollamento" tra protagonisti e territorio, ampiamente presente nelle opere di ambientazione veneziana, viene qui marginato anche dall'uso del dialetto da parte della comunità chioggiotta. Se molto spesso «la scena veneziana appare come riservata alle avventure dei turisti e dei *foresti*, ma non a rappresentare la vita autentica dei veneziani»⁹⁷, allora si può affermare che in *Io sono Li* Segre si sia ben guardato dallo cadere in questo stereotipo, muovendo addirittura un passo in più attraverso la sua esperienza da documentarista attento alle

⁹⁵ Morbiato Luciano, "Rassa Piave al cinema: un'immagine (in movimento) del Veneto" in Costa Antonio, Lavarone Giulia e Polato Farah (a cura di), *op. cit.*, p. 39.

⁹⁶ Andrea Segre in "Note di Regia", ultima consultazione 29/01/2024, <https://www.jolefilm.com/film/io-sono-li/>

⁹⁷ Brunetta Gian Piero, "L'avventura sullo schermo" in Brunetta Gian Piero, Faccioli Alessandro (a cura di), *Luci sulla città: Venezia e il cinema*, Venezia, Marsilio, 2010, p.15.

questioni sociali, e dunque mescolando la vita dei chioggiotti a quella dei “foresti”, gli immigrati. La storia di Li e Bepi appare destinata ad un esito impossibile, proprio per via delle leggi non scritte delle due comunità, testimoniando come sia fragile il legame tra due solitudini portatrici di un’alterità culturale⁹⁸. Un passaggio della mia intervista ad Alessia Boscolo Nata, guida turistica di Chioggia, città di cui ella stessa è originaria, offre uno spaccato della società chioggiotta raccontato da un punto di vista interno: «Chioggia è un’isola, quindi siamo molto chiusi. Pensa che fino a pochi anni fa erano malvisti i matrimoni “misti” tra persone di Chioggia e di Sottomarina. Il ponte che ci collega, chiamato appunto Ponte della Concordia o della Pace compie tra poco cento anni, ma prima del 1930 eravamo proprio due universi paralleli isolati, così vicini ma così lontani»⁹⁹. Secondo Alessia Boscolo Nata, la chiusura verso “l’altro” della comunità chioggiotta è una conseguenza della fragilità del territorio stesso: «Chioggia non è una città di mare, ma non è neanche di laguna o di terraferma. In realtà le acque sarebbero tre, perché siamo anche bagnati dal fiume Brenta. Quindi abbiamo l’acqua dolce del fiume che ci dà la vita, l’acqua salmastra della laguna che ci protegge, e l’acqua del mare che ci dà da vivere per il turismo e la pesca, ma ci fa paura. Anche lo scorso novembre abbiamo scongiurato un’acqua alta di 201 centimetri. Quindi noi abbiamo paura del mare, il nostro ambiente è fragile per questo motivo»¹⁰⁰. Una fragilità che Segre, attraverso i personaggi e la storia di *Io sono Li* ritengo abbia colto con molta precisione e delicatezza. Nonostante le molte inquadrature panoramiche, che facilmente si presterebbero ad un “effetto cartolina”, Segre si allontana volutamente da quel voyeurismo turistico che nella produzione contemporanea sembra spesso investire le location, ed in particolare Chioggia, la cui estetica, come quella di Venezia, è destinata ad emergere comunque, anche in assenza di espedienti finalizzati a valorizzarla. Ritengo emblematica, a tal riguardo, la scelta del titolo con cui il film è stato distribuito in Francia: “La Petite Venise”. Stratagemma di vendita, indubbiamente, ma che riflette come agli occhi di chi non è del luogo la protagonista reale sia innanzitutto “la piccola Venezia”, Chioggia, che non funge da cornice, né tantomeno da sfondo. È – come Li, Bepi, e gli altri protagonisti – parte attiva e materia viva dell’impianto narrativo.

⁹⁸ Barolo Claudia, Salvatore Rosamaria, “Vedere l’aperto. Il cinema di Andrea Segre”, in Costa Antonio, Lavarone Giulia e Polato Farah (a cura di), *op. cit.*, p. 92.

⁹⁹ Dalla mia intervista ad Alessia Boscolo Nata, realizzata in data 5/02/2024.

¹⁰⁰ *Ibidem*.

Io sono Li è stato prodotto dalla giovane Jolefilm, società nata nel 1999 dall'incontro fra l'attore Marco Paolini e Francesco Bonsembiante con sede a Padova. La società venne costituita per rispondere alle necessità di organizzazione degli adattamenti televisivi dei lavori teatrali di Paolini e per una migliore gestione della cessione dei diritti. Successivamente, nel 2004 venne aperta una nuova sezione produttiva, dedicata alla selezione e al finanziamento di documentari. L'idea era di fare della Jole una bottega, «un luogo di incontro per i giovani che vogliono proporre idee inedite per osservare il mondo da una prospettiva territoriale»¹⁰¹. Sin dal proprio esordio dunque Jolefilm ha tentato di raccontare il Nordest italiano con grande attenzione, attraverso un cinema del reale che potesse aiutare a scoprire e stimolare le risorse creative della regione. Andrea Segre è potuto crescere come autore proprio all'interno di questa realtà. *Io sono Li*, lungometraggio di finzione, ha costituito il nuovo fronte di produzione della società. Venne realizzato in coproduzione con le società francesi Aeternam Films e Arte France e distribuito dalla neonata società Parthénos, fondata a Padova nel giugno 2011 e specializzata nel cinema d'essai di qualità. Quest'ultima, costituitasi sotto il segno dell'alleanza fra esercenti, distributori e produttori, ha sostenuto il film attraverso una programmazione prolungata (fino a tre mesi) nelle sale, la maggior parte in Veneto e in Emilia Romagna, facendogli raggiungere le vette del box-office nella zona del Triveneto¹⁰². Con il suo sorprendente successo in termini di pubblico e critica *Io sono Li* ha rappresentato un punto di svolta per l'industria cinematografica veneta. Veneto Film Commission non esisteva ancora come la film commission strutturata e organizzata sul territorio che è oggi, e si può credere che *Io sono Li* abbia rappresentato uno dei momenti di presa di coscienza della necessità di un organismo operante in quella direzione.

2.2. CHIOGGIA NEL CONTESTO AUDIOVISIVO PRESENTE

Emerge a colpo d'occhio dall'elenco delle produzioni ambientate a Chioggia [cfr. 2.1], come dal 2020 la città sia stata oggetto di un rinnovato (se non nuovo) interesse da parte delle produzioni¹⁰³. Ad aprire la strada *We are who we are*, serie commissionata da HBO

¹⁰¹ Corsi Barbara, "L'industria: produzione, distribuzione, esercizio", in Costa Antonio, Lavarone Giulia e Polato Farah (a cura di), *op. cit.*, p. 124.

¹⁰² Ivi, p. 126.

¹⁰³ Tengo a segnalare, fuori da ogni elenco poiché le notizie al momento non permettono di capire se sia solamente girato o anche ambientato in città, la presenza di un set a Chioggia ad inizio settembre 2023 per la realizzazione di *The Greatest*, documentario creativo sulla figura di Eleonora Duse diretto da Sonia Bergamasco, che uscirà nel corso del 2024. Veneto Film Commission, "The Greatest per la regia di Sonia Bergamasco riprese in Veneto ai primi di settembre", 20/09/2023, <https://venetofilmcommission.com/it/the-greatest-per-la-regia-di-sonia-bergamasco-ad-asolo-ai-primi-di-settembre/>

e Sky Studios e prodotta da The Apartment, Wildside e Small Forward, diretta da Luca Guadagnino. A ruota, nel 2022 è arrivato in città il set di *Odio il Natale*, serie prodotta da Lux Vide e distribuita da Netflix, rinnovata per una seconda stagione nel 2023.

L'amministrazione di Chioggia, attenta e consapevole dell'importanza di un flusso di produzioni cinematografiche e audiovisive nella città, ha chiesto nel 2022 di aderire alla VFC come socio sostenitore: «Dai primi giorni del nostro mandato c'era la precisa volontà dell'amministrazione comunale di promuovere il territorio. Oltre agli eventi che organizziamo già, si è pensato di aderire a questa fondazione che in parte ha già lavorato per il nostro territorio anche se non eravamo ufficialmente entrati. Siamo convinti di andare nella giusta direzione»¹⁰⁴ le parole del sindaco Mauro Armelao.

È di dicembre 2022 la proposta da parte della consigliera regionale del Movimento 5 Stelle Erika Baldin di istituire la “Chioggia Film Commission”. La proposta è stata bocciata dalla maggioranza, con la motivazione che «Chioggia fa già parte ed è protagonista della film commission regionale. Che cosa dovrebbe chiedere? Un'autonomia dell'autonomia? Non ha alcun senso»¹⁰⁵. È importante ricordare che ad ogni modo si sarebbe potuto trattare di uno sportello cinema e non di una Film Commission vera e propria, poiché quest'ultime, dalla Legge Franceschini 2016, sono riconosciute solamente come organi a livello regionale (o provinciale per le province autonome) e non comunale come nel caso di Chioggia. La bocciatura della proposta ha costituito per Baldin un'occasione mancata per strutturare in maniera professionale i contatti tra il territorio e le produzioni e per valorizzare appieno una realtà locale come quella di Chioggia, ma vale la pena far emergere come, tra le motivazioni avanzate dalla consigliera Baldin per l'istituzione della film commission di Chioggia, ci fosse quella riguardante la somiglianza di Chioggia con Venezia, punto di forza per attrarre le produzioni: le zone di Chioggia «ben si prestano a rappresentare ambientazioni tipicamente veneziane, con il vantaggio per le troupe di potersi spostare su mezzi motorizzati a quattro ruote e alloggiare per lunghi periodi a prezzi inferiori rispetto al capoluogo. Condizioni difficilmente riproducibili altrove, che giustificano tra le altre la richiesta di finanziare la costituzione di una nuova Chioggia Film Commission»¹⁰⁶. Dalle

¹⁰⁴ Chioggia in diretta, “Chioggia è nella rete veneta dei film”, 21/06/2022,

<https://www.chioggiaindiretta.it/diretta/2022/06/21/news/chioggia-e-nella-rete-veneta-dei-film-200911/>

¹⁰⁵ Chioggia in diretta, “Film commission a Chioggia? Botta e risposta tra Baldin e Dolfin”, 9/12/2022,

<https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2022/12/09/news/film-commission-a-chioggia-botta-e-risposta-tra-baldin-e-dolfin-211121/>

¹⁰⁶ Ibidem.

parole di Baldin, dunque, non appare così forte la volontà di valorizzazione dell'identità locale, che dovrebbe puntare sulla rappresentazione "autonoma" di Chioggia, distaccata per quanto possibile dal modello veneziano. Emerge piuttosto la volontà, ancora una volta, di utilizzare gli spazi e la natura geografica ed architettonica di Chioggia per richiamare nell'immaginario collettivo Venezia e attrarre così le produzioni. Ne risulta un'ottica mirante prevalentemente ai benefici economici a breve termine, piuttosto che a benefici in termini di immagine e flussi turistici *incoming* che prevedono un'ottica a lungo termine. È importante ricordare come la presenza delle produzioni audiovisive su un territorio generi un'ampia gamma di ricadute economiche, distinta in tre categorie principali¹⁰⁷: effetti diretti (generati dagli acquisti in loco di beni e servizi da parte della società di produzione); indiretti (generati dagli acquisti fatti dalle imprese locali per poter fornire beni e servizi alla società di produzione); indotti (comprendono un vasto campo come ad esempio l'aumento dei consumi famigliari indotti dall'aumento del reddito dei fornitori locali di beni e servizi, la comparsa di flussi turistici, e altro). Inoltre, la presenza del set porta anche ad un contributo all'occupazione poiché «l'arrivo di una produzione in un'area può scatenare la richiesta di impiego, seppur a tempo determinato, per un certo numero di persone che, a livello dilettantesco o come professione, e dunque saltuariamente o continuativamente, si rendono disponibili a fornire la propria opera e vengono ritenute idonee a farlo»¹⁰⁸. Un'altra conseguenza, da non trascurare, della presenza del set sul territorio in termini di benefici economici riguarda la spinta alla microimpresa, poiché «proprio la continuità di arrivo delle produzioni può dare il "la" alla creazione di nuove, magari piccole, realtà imprenditoriali»¹⁰⁹. Chioggia ha certamente potuto beneficiare di questa serie di effetti economici a breve termine in particolare dal 2019 in poi, attraverso due produzioni di significativa importanza in quanto a durata della presenza del set, internazionalità e successo come *Odio il Natale* e *We are who we are*, che peraltro si sono susseguite con un breve intervallo di tempo l'una dall'altra.

Tra le motivazioni che hanno spinto l'amministrazione di Chioggia ad aderire alla VFC, il sindaco Mauro Armelao annovera «[...] una grande varietà di paesaggi, dal mare, alla laguna, alla campagna, un centro storico ricco di vestigia medievali che ne fanno lo sfondo ideale anche per fiction di tipo storico e, soprattutto, la volontà di entrare nei

¹⁰⁷ Cucco M., Richeri G., *op. cit.*, p. 105.

¹⁰⁸ Di Cesare Francesco, Rech Gloria, *op. cit.*, Roma, Carocci, 2007, p. 27.

¹⁰⁹ *Ibidem*.

circuiti cinematografici, per cui abbiamo aderito alla Veneto Film Commission»¹¹⁰. Io stessa ho chiesto a Massimo Fabris, location manager per VFC, cos'abbia Chioggia da offrire alle produzioni in più rispetto a Venezia, oltre alla già esposta convenienza economica. Ne sono emersi due elementi principalmente: lo spaccato di natura incontaminata e l'identità popolare. Gli ambienti lagunari offrono una natura incontaminata, oltre a panorami e colori particolarmente unici. Un altro punto di forza a favore di Chioggia rispetto a Venezia è costituito dalle spiagge, lunghe e larghe distese di sabbia, che nel capoluogo di regione si possono trovare presso il Lido ma che possiedono caratteristiche ed estensioni diverse. Il secondo elemento che, secondo Fabris, distingue Chioggia, è quello dell'identità culturale: «È rimasto uno dei pochi posti in Italia, credo, ad aver mantenuto un'identità culturale così importante. Il chioggiotto lo riconosci, al di là del dialetto, ma anche dal modo di affrontare la vita. Sono gente molto di cuore, ti aprono la porta di casa, ti aprono il frigo, quello che vuoi. Lo dico per esperienza. E quindi credo che possa offrire alle produzioni un ambiente molto accogliente»¹¹¹. Questo fa sì che tra la popolazione locale e le produzioni si crei una rete di contatti che, oltre ad auto alimentarsi, si consolida mantenendosi nel tempo: «Tutti quelli che vengono qua si trovano benissimo, e mantengono rapporti anche successivamente con le persone del posto. Molte persone di Chioggia che non hanno mai fatto cinema poi magari sono stati inseriti in altri progetti, c'è chi sta lavorando a Roma, e altro. Questo succede difficilmente con le produzioni a Venezia»¹¹². Quest'ultima caratteristica sembra contraddire l'affermazione precedentemente citata di Alessia Boscolo Nata riguardante la poca ospitalità della popolazione di Chioggia nei confronti degli estranei. Tuttavia credo sia doveroso sottolineare come la popolazione di Chioggia e Sottomarina, attraendo un grande afflusso di turismo balneare per tutta la stagione estiva, sia consapevole dell'importanza del "foresto" – come viene chiamato localmente chiunque venga da fuori – per le ricadute economiche che questo può dare, e che lo stesso discorso possa valere anche per quanto riguarda le produzioni che operano sul territorio.

La città di Chioggia, inoltre, nel 2023 ha concorso alla candidatura a Capitale italiana della cultura 2024. Il titolo è stato infine assegnato alla città di Pesaro ma Chioggia, con grande

¹¹⁰ Il Gazzettino, "Chioggia su Netflix con Odio il Natale, la commedia romantica a puntate dal 7 dicembre", 13/12/2022, https://www.ilgazzettino.it/nordest/veneziah/netflix_odio_il_natale_chioggia_serie_tv_7_dicembre_2022_pilar_fogliati-7050135.html

¹¹¹ Ibidem.

¹¹² Ibidem.

sorpresa, è arrivata alla fase finale presentando il dossier di candidatura “Chioggia, sale di cultura”¹¹³. A Chioggia, infatti, la stratificazione degli stili dei suoi edifici monumentali e la consistenza del suo patrimonio artistico, permettono di leggerne il grande passato. La città offre la possibilità di compiere un itinerario tra i secoli, almeno a partire dal Medioevo, poiché la Guerra di Chioggia avvenuta tra il 1378 e il 1381 ha lasciato pochissime testimonianze dell’architettura e dell’arte precedenti a quel periodo¹¹⁴.

Questo progetto ha messo in moto una serie di iniziative ed eventi volti alla riscoperta e rivalorizzazione della cultura, della storia e delle tradizioni locali. Come raccontato da Alessia Boscolo Nata, che ha partecipato in prima persona alla redazione della candidatura: «[...] la città è cambiata dal giorno alla notte. Prima era meta turistica e basta, d’estate si veniva in spiaggia a Sottomarina e in centro a Chioggia la sera per fare la passeggiata. Adesso, nei weekend d’inverno ma soprattutto di primavera, qui quasi non ci si muove più. La candidatura ci ha fatto conoscere attraverso tv e giornali che hanno fatto da cassa di risonanza e hanno attivato un magnetismo particolare per questa città»¹¹⁵. Ciò su cui si poneva maggiormente l’attenzione era l’identità di Chioggia, con le proprie tradizioni e la propria storia, diverse da quelle di Venezia: «Perché in effetti non è Venezia, e l’errore è sempre stato quello di chiamare Chioggia “La piccola Venezia”, mentre ora si sta proprio riscoprendo una sua identità, una città completamente diversa da Venezia, per quanto alcuni angoli possano assomigliarsi»¹¹⁶. Si registra dunque da un paio d’anni un nuovo afflusso turistico, non determinato dalla stagione estiva e dall’attrattiva balneare che da un secolo Chioggia e Sottomarina rivestono, ma legato all’aspetto storico, artistico e culturale. Nell’estate 2023, nell’ambito del concorso della città a Capitale della Cultura italiana 2024, sono state proposte varie iniziative di tipo culturale, riunite sotto il titolo di “Chioggia, che storia! Un mare di... cultura”. Spettacoli teatrali per grandi e piccoli, appuntamenti musicali ed incontri con artisti dei panorami teatrale, cinematografico e musicale, sono stati gli eventi che hanno costellato la rassegna estiva 2023 che ha visto una folta partecipazione. Particolare rilievo per le caratteristiche e tradizionali “Baruffe in calle”, spettacolo itinerante per calli, rive e campielli ideato e realizzato da Pierluca Donin, tratto dall’opera *Le baruffe chiozzotte* di Carlo Goldoni.

¹¹³ Regione del Veneto, “Capitale italiana della cultura 2024. Chioggia e Vicenza in finale. Assessore Corazzari, orgogliosi di questo risultato”, 31/01/2022, <https://www.regione.veneto.it/article-detail?articleId=13491172>

¹¹⁴ Ravagnan Sergio, *Storia popolare di Chioggia dalle origini ai giorni nostri*, Sottomarina, Il Leggio, 2008, p.85.

¹¹⁵ Dalla mia intervista ad Alessia Boscolo Nata realizzata in data 5/02/2024.

¹¹⁶ Ibidem.

Protagonisti di questo nuovo flusso turistico sono persone provenienti in prevalenza dalle province limitrofe come Padova o Rovigo, che con tutta probabilità conoscono e frequentano Chioggia anche nel periodo estivo come turisti balneari, ma anche «tantissimi stranieri, perché dall'estate del 2022 c'è stata una deviazione del traffico crocieristico di piccola media taglia ma di alta capacità economica al porto di Chioggia. Questi delle crociere sono americani, canadesi e neozelandesi, non parlano italiano e sono tutti anziani ricchi o benestanti. Vengono qui per la città e non per la spiaggia. Quindi si è messo in moto un meccanismo di offerta di prestazioni culturali e giri turistici anche per questa tipologia di turisti»¹¹⁷. Negli ultimi due anni infatti la città ha ottenuto grandi riconoscimenti che hanno diffuso la sua immagine e la sua storia soprattutto al turismo americano. Il New York Times, infatti, l'ha citata come uno dei 100 posti da vedere entro la fine del 2022¹¹⁸. Al tempo stesso, c'è da segnalare il malcontento dei commercianti che proprio a fine 2023 hanno fatto sentire la loro voce contro l'amministrazione comunale. Si tratta soprattutto dei commercianti della zona di Sottomarina, prettamente balneare. ««Nessun evento natalizio, così la località muore»»¹¹⁹, riporta un articolo di *Chioggia in diretta* del 29 novembre 2023. La lettera di protesta degli esercenti ha citato anche la serie *Odio il Natale*: «[...] è davvero un dispiacere vedere come uno straordinario volano di promozione come quello della serie tv, non sia stato minimamente cavalcato per lanciare un progetto natalizio in grado di accogliere degnamente i visitatori che sicuramente saranno incuriositi a visitare la città dopo la visione della serie dello scorso anno e dopo l'uscita della seconda stagione il 7 dicembre. Ancora un'occasione persa»¹²⁰. Ciò mi è stato confermato anche da Massimo Fabris, che durante l'intervista ha espresso il suo disappunto per la mancanza di iniziative natalizie, collegate alla serie tv e non, nel centro di Chioggia: «Questo Natale sono arrivato in piazza e c'erano solo quattro chioschetti bianchi. Per la prima stagione si può capire: non si sapeva che avrebbe avuto successo. Ma per la seconda stagione, che si conosceva il successo avuto dalla prima e che poteva avere anche la seconda, non si è fatto nulla, c'era la città spenta. Hanno perso un'occasione, potevano rilanciare il Natale come è stato fatto a Jesolo. Non hanno saputo cogliere questa occasione. Un peccato vero»¹²¹.

¹¹⁷ Ibidem.

¹¹⁸ Chioggia in diretta, "Città più in ordine per attrarre turisti", 05/01/2024, <https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2024/01/05/news/citta-piu-in-ordine-per-attrarre-turisti-235437/>. La notizia riportata da Chioggia in diretta è tratta da <https://www.nytimes.com/interactive/2022/travel/52-places-travel-2022.html>

¹¹⁹ Chioggia in diretta, "Cancellato il Natale a Sottomarina", 29/11/2023,

<https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2023/11/29/news/cancellato-il-natale-a-sottomarina-232947/>

¹²⁰ Ibidem.

¹²¹ Dalla mia intervista a Massimo Fabris, realizzata in data 25/01/2024

Volendo donare uno sguardo più generale, tutta l'area lagunare veneta negli ultimi due anni sembra aver intrapreso un processo di rivalorizzazione delle proprie ricchezze muovendosi in varie direzioni. Nel 2022 la Città di Venezia, in qualità di capofila dell'aggregazione con la Città di Chioggia e la Città di Mira, ha partecipato all'avviso pubblico del Ministero del Turismo con il progetto "Venezia e la sua laguna: gestione e valorizzazione dei flussi turistici"¹²². Il progetto, che prevede 11 interventi a partire da marzo 2023 fino a novembre 2025, ha tra le sue finalità quelle di destagionalizzare e delocalizzare i flussi turistici. Inoltre, come citato dalla ricerca Ce.R.T.A. del 2022 *Scenari e sfide per il turismo post pandemia (2021-2022), La ri-scoperta dell'Italia: media e territorio tra città, regioni e luoghi intermedi*, «"Vivi Venezia oltre Venezia" è il claim di una adv radiofonica di Camera di Commercio di Venezia e Rovigo che intende valorizzare gli spazi naturali della laguna veneta alla scoperta di sapori, tradizioni e ambienti naturali»¹²³. La produzione audiovisiva è un settore che si è accorto del potenziale degli ambienti del territorio lagunare, come accennato precedentemente con il caso della serie internazionale *We are who we are* del 2020, distribuita su HBO e disponibile sulla piattaforma streaming NOW TV e anche della serie oggetto di studio di questo elaborato *Odio il Natale*. Un'altra produzione che negli ultimi anni si è interessata a Chioggia, presente sulla tv generalista, è *Di là dal fiume e tra gli alberi* (Rai), in onda dal 2022, che nel 2023 ha dedicato un episodio a Chioggia e alla sua laguna (*Stormborn - Chioggia* ep.2, s.5).

Con il prossimo capitolo mi addentrerò nell'oggetto di studio di questa tesi: la recente serie tv di produzione italiana *Odio il Natale*, girata e ambientata a Chioggia.

¹²² <https://www.comune.venezia.it/it/content/venezia-e-la-sua-laguna-gestione-e-valorizzazione-dei-flussi-turistici> ultima consultazione 22/02/2024.

¹²³ CeRTA, *Scenari e sfide per il turismo post pandemia (2021-2022), La ri-scoperta dell'Italia: media e territorio tra città, regioni e luoghi intermedi*, 2022, p. 59, https://centridiricerca.unicatt.it/certa-Scenari_e_sfide_per_il_turismo_post_pandemia_volume_CMP.pdf

CAPITOLO TERZO. IL CASO DI STUDIO *ODIO IL NATALE*

Odio il Natale è una serie televisiva italiana prodotta da Lux Vide, società del gruppo Fremantle e distribuita da Netflix. Uscita sulla piattaforma streaming il 7 dicembre 2022 e rinnovata per una seconda stagione, uscita anch'essa il 7 dicembre ma dell'anno seguente, è l'adattamento italiano della serie Netflix norvegese *Natale con uno sconosciuto*.

3.1. LUX VIDE E LA SERIALITÀ ITALIANA ANCORATA AL TERRITORIO

La casa di produzione Lux Vide è una società leader in Europa nella produzione televisiva e cinematografica con una grande esperienza nelle serie internazionali, nei film TV e nella fiction di lunga serialità italiana. Nata nel 1992, ha sempre avuto uno sguardo orientato all'internazionalità, coinvolgendo partner di alto profilo in Europa e negli Stati Uniti¹²⁴. Diverse le co-produzioni internazionali di grande successo e qualità artistica, che si sono mosse tra le storie dei grandi personaggi della religione cristiana e della storia in senso ampio. Per citarne alcune: il progetto "BIBBIA": 21 prime serate televisive prodotte fra il 1994 e il 2002 per Rai Uno e vendute in 140 paesi¹²⁵; *Coco Chanel*, miniserie del 2008 che ottenuto prestigiose candidature quali la nomination come miglior miniserie e miglior attrice (Shirley MacLaine) agli Emmy Awards 2009 ed una nomination ai Golden Globe nello stesso anno; *Medici*, serie tv del 2016 costituita da tre stagioni; *Diavoli*, serie tv in due stagioni uscita nel 2020. Per quanto riguarda la lunga serialità italiana, alcuni titoli sono emblematici: *Don Matteo*, in onda dal 2000 e in arrivo prossimamente con la quattordicesima stagione; la già citata *Un passo dal cielo*, trasmessa dal 2011 ed arrivata ora alla settima stagione; *Che Dio ci aiuti*, in onda per la prima volta nel 2011 e in arrivo sulla rete con l'ottava stagione.

Don Matteo e *Un passo dal cielo*, ma anche *L'isola di Pietro*, serie tv prodotta da Lux Vide con RTI andata in onda per la prima volta nel 2017 e rinnovata altre due stagioni, rappresentano titoli significativi per quanto riguarda il tema della valorizzazione del paesaggio e del territorio. In tutte e tre il territorio è fortemente ancorato alla narrazione, divenendo un vero e proprio brand, integrato in maniera salda e coerente con il prodotto:

¹²⁴ <https://luxvide.it/chi-siamo/>

¹²⁵ <https://www.apaonline.it/produttore/lux-vide/>

L'Umbria di Gubbio per *Don Matteo*, la zona dolomitica ed in particolare San Candido e il Lago di Braies per *Un passo dal cielo* e la Sardegna settentrionale per *L'isola di Pietro*. Il titolo più emblematico in questo senso che tengo a citare anche se non rientra tra le produzioni Lux Vide è *Il commissario Montalbano* (1999-2021), la quale ha creato un legame indissolubile con il territorio, che assieme al personaggio del commissario è il protagonista assoluto della serie. Le bellezze del barocco siciliano, dichiarate patrimonio UNESCO nel 2002, si contrappongono alle location letterarie della provincia di Agrigento¹²⁶, in cui Andrea Camilleri ha ambientato i romanzi che vedono protagonista il commissario Salvo Montalbano, interpretato da Luca Zingaretti, rivelatosi molto apprezzato dal pubblico televisivo. L'architettura barocca e la mediterraneità paesaggistica costituiscono un'ambientazione temporale contemporanea ma allo stesso tempo ricca di testimonianze del passato, che ha rappresentato la chiave del successo della serie che può essere definita una delle produzioni *flagship* della regione siciliana.

3.2. *ODIO IL NATALE*: INFORMAZIONI E DATI GENERALI

Come accennato, *Odio il Natale* è l'adattamento italiano della serie norvegese originale Netflix *Natale con uno sconosciuto*, uscita nel 2019 con la prima stagione e nel 2020 con la seconda. Il genere è quello della commedia romantica: lo spettatore segue le vicende di Gianna (Pilar Fogliati), una ragazza che ha superato i trent'anni di età, di professione infermiera, che all'arrivo delle festività natalizie si ritrova a fare i conti con il suo essere single. Il Natale, infatti, viene descritto come un momento difficile per chi come lei non ha una propria famiglia o non riesce a trovare l'amore. Annuncia così che alla cena di Natale di famiglia verrà accompagnata, ma ha solo ventiquattro giorni per trovare la persona giusta. Nella seconda stagione – all'arrivo del Natale dell'anno successivo, quando finalmente tutto sembrava al proprio posto – Gianna scombinerà le carte ancora una volta. Partirà per lei un nuovo conto alla rovescia per cercare di organizzare la cena di Natale e riconquistare il suo ex, ma nel frattempo scoprirà cosa significa il vero amore.

La prima stagione di *Odio il Natale* è stata diretta da Davide Mardegan e Clemente De Muro, mentre la seconda da Laura Chiossoni. Le stagioni sono costituite da sei episodi ciascuna della durata media di circa 30 minuti. La serie è interamente ambientata a Chioggia, fatto salvo per qualche piccola avventura fuori città – che rimane comunque

¹²⁶ Nicosia Enrico, "La Sicilia di Montalbano tra narrazione letteraria e trasposizione televisiva" in Graziano Teresa, Nicosia Enrico (a cura di), *op. cit.*, p.23.

all'interno del territorio veneto – ovvero a Venezia e presso il Castello di San Salvatore nel trevigiano nella prima stagione e presso Villa Widmann a Mira in provincia di Venezia, nella seconda stagione.

VFC ha sostenuto la produzione attraverso l'attività di location scouting. Le parole del direttore Jacopo Chessa all'annuncio dell'arrivo di un set nella città di Chioggia: «Come Film Commission abbiamo creduto da subito nel potenziale di questo progetto, a cui abbiamo dato tutto il supporto necessario. Questa nuova produzione di Lux Vide porta inoltre l'attenzione su una località di grande potenziale turistico come Chioggia»¹²⁷. Il rapporto con la produzione Lux Vide era già nato precedentemente grazie alla serie *Un passo dal cielo*, come racconta Chessa: «Nacque tutto da un dialogo con uno dei producer di Lux Vide che aveva una storia da ambientare in una location che nella loro idea era Comacchio. Quindi gli dissi “Ma perché non vieni a Chioggia?”»¹²⁸. L'attività di location scouting è stata operata da Massimo Fabris, che racconta: «La produzione in realtà doveva essere fatta a Comacchio, poi è stata proposta Chioggia allo scenografo e se ne è innamorato. Per quanto riguarda il mio lavoro di location manager per questa produzione, è avvenuto seguendo il solito protocollo: ho letto la sceneggiatura, ho pensato a dei luoghi che potessero rappresentare i mood e le atmosfere delle scene che ho letto e li ho proposti allo scenografo»¹²⁹. Per VFC, i punti di forza del progetto erano rappresentati da: identità del territorio e potere promozionale. Per identità si intende il fatto che Chioggia “interpretasse” se stessa, e dunque la rottura con quella tradizione che la vede, come già esposto [cfr. 2.1.] come controfigura di Venezia. La rappresentazione di una Chioggia quotidiana in un prodotto seriale appariva come un fattore innovativo ma che poteva ben funzionare. Per quanto riguarda il potere promozionale, Chessa lo attribuisce soprattutto al fatto che fosse una serie Netflix. «Se non sbaglio la prima serie Netflix che abbiamo avuto. Quindi essendo Netflix la piattaforma più importante, e Lux Vide la società più importante della serialità italiana, il fattore promozionale e pubblicitario del territorio era sicuramente rilevante»¹³⁰. L'obiettivo primario per VFC è quello di valorizzare il territorio, non solo dal punto di vista estetico mettendo in luce la bellezza degli scorci, ma anche da quello economico, attraverso l'impiego di maestranze e professionisti tecnici

¹²⁷ Veneto Film Commission “Chioggia diventa un set a cielo aperto per un mese di riprese”, 07 dicembre 2021, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2021/12/CS_10_VFC_CHIOGGIA-DIVENTA-UN-SET-A-CIELO-APERTO-.pdf

¹²⁸ Dalla mia intervista a Jacopo Chessa, realizzata in data 28/02/2024.

¹²⁹ Dalla mia intervista a Massimo Fabris, realizzata in data 25/01/2024.

¹³⁰ Dalla mia intervista a Jacopo Chessa, realizzata in data 28/02/2024.

del territorio, nonché dalla partecipazione di comparse locali. Tuttavia nel caso specifico di *Odio il Natale*, nonostante vi abbiano partecipato molte comparse chioggiotte, il coinvolgimento delle maestranze locali è stato di secondaria importanza, dal momento che proprio tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022 Lux Vide era in fase di acquisizione dal gruppo Fremantle¹³¹ e dunque non potendo richiedere il contributo regionale che è riservato alle piccole e medie imprese, non sussistettero obblighi di spesa sul territorio. La maggior parte delle maestranze quindi provenivano da Roma, sede di Lux Vide. Le riprese in città sono durate quattro settimane per entrambe le stagioni: per la prima tra fine novembre e metà dicembre 2021¹³², mentre per la seconda dal 27 febbraio al 17 marzo 2023¹³³, riscontrando il favore e l'accoglienza della popolazione locale. Raccontando al *Corriere del Veneto* il ritorno sul set per la seconda stagione, infatti, la protagonista principale della serie Pilar Fogliati ha detto: «tutti gli abitanti di Chioggia ci riconoscevano, ci chiamavano non più “quelli del cinema” ma Gianna, Titti. Catering e comparse erano locali: c'è stata una bella partecipazione»¹³⁴. Un fattore importante che ha sicuramente creato un clima positivo tra la popolazione è rappresentato dal successo avuto dalla prima stagione, che nella settimana successiva al 7 dicembre 2022, data di uscita, si è posizionata al secondo posto nella classifica Netflix dei titoli comprensivi di film, serie, anime e documentari più visti in Italia nel corso della settimana¹³⁵. Un successo ancor più sorprendente ha caratterizzato la seconda stagione, posizionandosi fin da subito nella classifica Netflix al primo posto tra le serie tv italiane più viste in Italia e detenendo il primato fino a fine dicembre; ottenendo 1.1 milioni di views in tutto il mondo e ben 3.7 milioni di ore di visualizzazione in una sola settimana, posizionandosi nella Global Top 10 delle serie tv non in lingua inglese¹³⁶.

¹³¹ Lux Vide, “Lux Vide entra nel gruppo Fremantle”, 3/03/2022, <https://luxvide.it/news/lux-vid-entra-nel-gruppo-fremantle/>

¹³² Veneto Film Commission “Chioggia diventa un set a cielo aperto per un mese di riprese”, 07 dicembre 2021, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2021/12/CS_10_VFC_CHIOGGIA-DIVENTA-UN-SET-A-CIELO-APERTO-.pdf

¹³³ <https://www.chioggiatv.it/2023/02/odio-il-natale-da-luned-riprese-a-chioggia-della-seconda-stagione/>, <https://www.chioggiatv.it/2023/03/odio-il-natale-2-ultimo-giorno-a-chioggia-il-sindaco-ha-salutato-la-troupe/>

¹³⁴ Sara D'Ascenzo, “«Odio il Natale 2», via alla serie in streaming girata a Chioggia: «Rispettato il dialetto»”, in *Corriere del Veneto*, 7/12/2023, <https://corrieredelveneto.corriere.it/notizie/veneziamestre/cultura-e-tempo-libero/23-dicembre-07/odio-il-natale-2-da-oggi-la-serie-in-streaming-girata-a-chioggia-rispettato-il-dialetto-840b57cf-e3f1-4ebc-979e-e484c9960x1k.shtml>

¹³⁵ ChioggiaTV, ““Odio il Natale” è un successo! Seconda in classifica tra le serie Netflix più viste”, 14/12/2022, <https://www.chioggiatv.it/2022/12/odio-il-natale-e-un-successo-seconda-in-classifica-tra-le-serie-netflix-piu-viste/>

¹³⁶ Lux Vide, “Boom di Odio il Natale 2, la serie tv conquista l'Italia e il mondo!”, 14/12/2023, <https://luxvide.it/news/boom-di-odio-il-natale-2-la-serie-tv-conquista-litalia-e-il-mondo/>

3.2.1. I LUOGHI DELLA SERIE

Fondamenta di Canal Vena è lo spazio principale. Qui si trovano la maggior parte dei luoghi in cui Gianna si muove:

- L'ospedale in cui Gianna lavora, che nella realtà è il Palazzo Grassi, attualmente di proprietà del Comune di Chioggia ma utilizzato come sede distaccata dell'Università degli Studi di Padova per la facoltà di Biologia Marina. Nella serie l'ospedale sembra essere fuori dal centro di Chioggia, dal momento che per raggiungerlo Gianna utilizza il vaporetto.
- La "Gastronomia Belotti", di proprietà dei genitori di Gianna, che si trova in un *sotopòrtego* e sopra la quale si trova la loro casa. L'intero edificio è il Palazzo Lisatti Mascheroni.
- Il "Bar Caterina" della prima stagione, gestito da Caterina (Cecilia Bertozzi), un'amica di Gianna, e luogo di ritrovo della compagnia di amiche. Nella seconda stagione prenderà il nome di "Bacaro luci e ombre", gestito da Filippo (Pierpaolo Spollon), il nuovo vicino di casa di Gianna.
- L'"Hotel Laguna", che nella realtà è il Palazzo delle Figure (Palazzo Ravagnan Brusomini Naccari delle Figure), dove nella prima stagione si tiene la festa di Natale dell'ospedale (ep.4 s.1). Lo stesso palazzo è stato usato per ambientare nella seconda stagione l'ufficio spedizioni dei Babbi Natale (ep.6 s.2).

L'appartamento dove nella prima stagione Gianna abita assieme a Titti (Beatrice Arnera) non viene mostrato in maniera esplicita con inquadrature che permettano di collocarlo precisamente, ma si trova probabilmente in una caletta interna. Lo stesso discorso vale per l'appartamento in cui Gianna si trasferisce nella seconda stagione. Anche la casa di Umberto (Glen Blackhall) si trova in una caletta interna non specificata. Gli interni tuttavia sono stati girati in un appartamento privato posto al piano superiore del Palazzo delle Figure (ep.2, s.2). Anche casa di Margherita (Fiorenza Pieri) ha una collocazione piuttosto ambigua. Solo nell'ultima puntata della seconda stagione lo spettatore riesce a dedurre che si trovi su Fondamenta Riva Vena (ep.6, s.2) ma non viene dato nessun risalto alla location. Così come per l'appartamento di Umberto, anche per casa di Margherita gli interni sono stati girati a Chioggia. Un altro interno girato in loco è quello della gastronomia. Tutti gli altri, invece, sono stati girati negli studi di Cinecittà (case, bar, ospedale, etc.).

Nella seconda stagione, rispetto alla prima, viene data una maggiore visibilità al Corso del Popolo, sul quale si scorge facilmente l'edificio del Municipio. Su questo corso principale si trova l'ufficio legale dell'avvocato Alessandro Pavan (Matteo Martari), ex fidanzato di Titti (ep.2, s.2). L'edificio nella realtà è la Loggia dei Bandi, luogo da poco riqualificato e adibito da luglio 2023 a Punto informativo e di accoglienza turistica. L'intervento è stato previsto nell'ambito del progetto "Venezia e la sua laguna: gestione e valorizzazione dei flussi turistici"¹³⁷.

Altre location utilizzate sono la Pescheria (ep.2 s.1, ep.6 s.2); la Chiesa di San Domenico (ep.1, s.1), la sua relativa piazza antistante (ep.6, s.1) e la zona circostante (ep.1, s.1); Piazzetta Vigo; la zona Cantieri (ep.2, s.1); la Piazzetta XX settembre (ep.1, s.2), in cui si può notare il monumento de Lo Stendardo.

Le location diverse da Chioggia sono il Castello di San Salvatore a Susegana (TV) (ep.2 s.1), Venezia (vista dal Canal Grande) (ep.2 s.1), Villa Widmann a Mira (VE) (ep.5 s.2).

3.2.2. RICONOSCIBILITÀ DEL TERRITORIO

La riconoscibilità di Chioggia è data da vari elementi. Innanzitutto, nel sito di Lux Vide, all'interno della sinossi ufficiale della serie (per la prima stagione) viene inserito un esplicito riferimento a Chioggia: «24 giorni su e giù per i ponti di Chioggia e le calli di Venezia»¹³⁸. Dunque l'ambientazione chioggiotta non è un dato di poca importanza, ma anzi Lux Vide sembra rivelare in tale maniera la volontà di valorizzazione del territorio. Se si va poi ad osservare ciò che accade nella prima puntata, l'identità di Chioggia è messa in evidenza sin dalla scena d'apertura. Nella prima inquadratura aerea si scorgono sia Corso del Popolo (sulla destra), che Riva Vena (sulla sinistra), entrambe addobbate dalle luminarie natalizie. La seconda inquadratura, sempre aerea ma più bassa, si concentra su Riva Vena con un movimento della macchina da presa in avanti che fa da collegamento alla successiva inquadratura, nella quale si vede un bragozzo trasportare un piccolo presepe (le statue di Giuseppe e Maria) con al centro il giaciglio per il Bambino Gesù. Prima lo si vede mentre procede sul canale da davanti (mentre passa sotto Ponte di Vigo), successivamente da dietro (lasciando scorgere sullo sfondo una parte di Riva Vena), ed infine attraverso un primo piano l'attenzione viene spostata sulle due statue. Dunque già

¹³⁷ <https://www.comune.venezia.it/it/content/intervento-2-riqualificazione-loggia-dei-bandi-infopoint-comune-chioggia> ultima consultazione 22/02/2024.

¹³⁸ <https://luxvide.it/odio-il-natale/> ultima consultazione 23/02/2024.

nei primi 50 secondi della serie viene mostrato uno dei simboli di Chioggia, il Ponte di Vigo, oltre alle sue due vie principali che la caratterizzano, una d'acqua e una di terra: Fondamenta Canal Vena e Corso del Popolo; ma anche, non meno importante, una tradizione locale come quella del presepe artistico di luci sopra al bragozzo, imbarcazione simbolica di Chioggia. Sempre nella prima puntata, al minuto 5,40'', Gianna si dirige in bicicletta al pontile del vaporetto che prende abitualmente per andare all'ospedale. Alla biglietteria scambia una piccola conversazione con la signora che vi lavora, e questo è il primo personaggio con cadenza veneta ad apparire sullo schermo. Ciò conferma nello spettatore l'idea di un'ambientazione veneta, il quale magari pur non riconoscendo nello specifico Chioggia riesce comunque in questo modo a localizzare la cittadina dove Gianna vive nei pressi di Venezia. Non a caso parlo di cittadina, perché si comprende fin dai primi minuti che si tratta di un centro abitato medio/piccolo e non di una grande città. Lo si intuisce da vari elementi: gli spazi urbani, il fatto che è possibile girare senza problemi in bicicletta ed anche il fatto che Gianna, quando arriva alla biglietteria del vaporetto, viene salutata e chiamata per nome dalla donna che vi lavora. Questo fa presumere due elementi: sia che prendere il vaporetto sia per Gianna un'attività quotidiana, sia che si tratti per l'appunto di un centro di piccole dimensioni che permette quindi di conoscersi meglio tra abitanti. Questo viene confermato anche poco dopo, intorno al minuto 13, quando Gianna sta parlando con la sorella Margherita e quest'ultima usa l'espressione "voci di paese", riferito ad un fatto che ha scoperto riguardante l'ex fidanzato di Gianna. Questo dà chiaramente la dimensione piccola e intima, per l'appunto "da paese", del luogo in cui abitano. Intorno al minuto 12.45 una panoramica su Ponte di Vigo e sulla sua Piazzetta fanno notare una luminaria appesa al ponte che riporta la scritta "Chioggia che storia!". Questa inquadratura, seppur montata in rapida sequenza con la successiva, elimina nello spettatore qualsiasi dubbio riguardante l'ambientazione della storia.



[1. *Odio il Natale* (Lux Vide, 2022), fotogramma da ep.1 s.1, minuto: 12,55”]

Un altro indizio della dimensione medio/piccola del luogo della narrazione è fornito dal clima e dall’atmosfera che si respirano nelle scene ambientate in ospedale. Si nota, anche solo dando uno sguardo alla facciata esterna, che non si tratta di un policlinico di grandi dimensioni, ma di un ospedale di grandezza più modesta.

3.2.3. MODALITÀ DI NARRAZIONE DEI LUOGHI E DEL TERRITORIO

Vorrei di seguito delineare un’analisi della rappresentazione e della narrazione del territorio nella serie tv seguendo il criterio proposto dalla ricerca condotta nel 2022 dal Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi dell’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e intitolata *Scenari e sfide per il turismo post pandemia (2021-2022), La ri-scoperta dell’Italia: media e territorio tra città, regioni e luoghi intermedi*. Mi soffermerò sui quattro elementi individuati dalla ricerca: 1. Identità del territorio; 2. Ruolo del territorio; 3. Tono; 4. Connotazione.

1. Identità del territorio: la Chioggia di *Odio il Natale* è rappresentata e raccontata in maniera realistica. Il territorio è colto nella sua dimensione concreta, apparentemente fedele al reale e ai suoi elementi distintivi. Alessia Boscolo Nata si è espressa al riguardo: «Chioggia così com’è veramente, un po’ sporca, un po’ umida, con tante case vecchie o scrostate e da sistemare, i bar con le barche davanti che sono proprio dei “caparossolanti”, pescatori davvero rozzi che buttano tutto lì, i bidoni, i sacchi, e tutto questo si vede esattamente di fronte a dove Gianna e le sue amiche fanno l’aperitivo. Quella mostrata secondo me è una Chioggia sincera»¹³⁹. Effettivamente, osservando in maniera attenta, sono molte le scene in cui compaiono le barche dei

¹³⁹ Dalla mia intervista ad Alessia Boscolo Nata realizzata in data 5/02/2024.

pescatori ormeggiate su Riva Vena con all'interno o nei loro pressi materiale di risulta come teli, sacchi e reti. La presenza delle barche in generale è costante, ovviamente, ma si tratta anche di barche vecchie e malandate, di certo non esteticamente perfette. Barche e bragozzi che vengono realmente utilizzati dai piccoli pescatori o che comunque, anche se non utilizzate per il fine della pesca, appartengono veramente agli abitanti di Chioggia. Anche i pali d'ormeggio a volte si notano essere danneggiati, sporchi o storti, e dunque potrebbero essere poco gradevoli esteticamente, ma si tratta di condizioni reali e inevitabili in un contesto acquatico. Un altro aspetto importante è quello degli intonaci esterni delle abitazioni spesso scrostati e danneggiati per via dell'umidità. Si può notare questa caratteristica in Palazzo Lisatti Mascheroni (Gastronomia Belotti e relativa casa) e nella Loggia dei Bandi (studio legale dell'Avvocato Pavan) ma anche su altri edifici che appaiono sullo sfondo nelle varie scene. Si possono scorgere anche angoli anneriti dall'umidità, come ad esempio nelle scene esterne dell'ospedale (Palazzo Grassi). Prendendo in considerazione il punto di vista prettamente estetico, tutto ciò fin qui descritto potrebbe dare il senso di una volontà da parte degli autori di non idealizzare la città, mantenendo tutte quelle imperfezioni che la rendono viva e reale. Imperfezioni che attraverso un lavoro di post produzione grafica sarebbe risultato semplice ritoccare o "limare", ma che si è scelto di mantenere per un criterio di adesione alla realtà e anche, probabilmente, per evitare una rappresentazione inverosimile e dunque implausibile e artificiosa della città.

Il deterioramento dei muri infatti è un problema largamente diffuso a Chioggia per ovvie ragioni di condizioni climatiche. Un esempio analogo può essere fatto per i graffiti o le scritte in generale che si trovano sui muri, i quali talvolta sono anche di una certa valenza storica. Il Palazzo Lisatti Mascheroni ne è ancora una volta l'esempio: si possono notare, sui pilastri del portico, dei segni fatti con lo spray nero. Vengono inoltre mostrate, come racconta Alessia Boscolo Nata, «le macchine in Corso del Popolo, le biciclette che sfrecciano... Chioggia è proprio così»¹⁴⁰. Il traffico di Chioggia, soprattutto in Corso del Popolo, è piuttosto caotico, con biciclette e macchine che circolano senza rispettare rigorosamente le buone norme di sicurezza, considerando tra l'altro che è la via principale e quindi con molti pedoni (velocità elevata, sorpassi azzardati, parcheggi in doppia e tripla fila...). Un assaggio di ciò viene dato nella serie tv, anche se è evidente che, per motivi di organizzazione e

¹⁴⁰ Dalla mia intervista ad Alessia Boscolo Nata, realizzata in data 5/02/2024.

logistici, le zone in cui si giravano le scene venivano chiuse o limitate al traffico. Per cui quello che viene rappresentato (soprattutto nella seconda stagione dove ci sono più scene in Corso del Popolo) è effettivamente un aspetto reale, anche se in misura ridimensionata. Le considerazioni fin qui fatte hanno riguardato l'aspetto prettamente estetico della dimensione fisica del territorio, ma se si prende in esame anche l'aspetto umano, riguardante la popolazione, ciò che traspare dalla narrazione è una rappresentazione piuttosto idealizzata della vita sociale della cittadina. Come esposto nel paragrafo precedente [cfr. 3.2.2], viene messa in risalto la dimensione di "paese", dove la gran parte delle persone si conosce tra loro e sembra regnare un clima di serenità. Tuttavia, portando in esempio *Io sono Li* e le parole di Alessia Boscolo Nata a riguardo, Chioggia sottende un tessuto sociale che nell'arco di pochi decenni è profondamente mutato soprattutto per via delle presenze straniere¹⁴¹, e che in *Odio il Natale*, per questioni anche legate alla trama, non emerge. La rappresentazione che si vuole offrire di Chioggia, in questo senso, è quella di una realtà familiare piuttosto idealizzata, e ciò si può collegare in larga parte al genere della narrazione, che è quello della commedia, ma anche al periodo di ambientazione della storia, ovvero il Natale.

2. Ruolo del territorio: nella distinzione tra *background* e *foreground*, in *Odio il Natale* il territorio ha senza dubbio la prima funzione. Si tratta di un territorio che non ha una funzione insostituibile nella narrazione e nella definizione stessa delle dinamiche e dei personaggi, ma che fa semplicemente da sfondo alle loro vicende. Molto spesso si tratta di vere e proprie "cartoline", che mettono in luce l'aspetto naturale e paesaggistico, come anche sostenuto da Massimo Fabris: «sono tutte cartoline, soprattutto nella seconda stagione che è esteticamente più bella»¹⁴².
3. Tono: a prevalere nella rappresentazione territoriale sono i toni caldi, dovuti in particolar modo all'atmosfera natalizia che invade Chioggia. Tuttavia c'è da dire che la cittadina lagunare, in particolar modo nel periodo invernale, è dominata dai colori freddi (l'acqua, la nebbia, il cielo cupo...), e nella serie questi elementi vengono rappresentati, dando quindi spazio anche alla tonalità fredda. Una mescolanza tra toni freddi e caldi si avverte inoltre nelle tinte pastello che caratterizzano gli interni. Ciononostante si è scelto, in linea generale, di dare un tono più caldo rispetto a quello che offrirebbe normalmente Chioggia nel periodo invernale, probabilmente per una

¹⁴¹ Barolo Claudia, Salvatore Rosamaria, "Vedere l'aperto. Il cinema di Andrea Segre", in Costa Antonio, Lavarone Giulia e Polato Farah (a cura di), *op. cit.*, p. 93.

¹⁴² Dalla mia intervista a Massimo Fabris, realizzata in data 25/01/2024.

questione di coerenza con la trama, che è fondata sui temi delle relazioni amorose, dell'amicizia, e sul senso della famiglia. Ciò è reso grazie all'utilizzo e alla presenza di luci natalizie e addobbi che "riscaldano" in questo senso la città e a effetti di luce appositamente ricercati nelle inquadrature. Soprattutto nella seconda stagione c'è una grande ricercatezza a livello cromatico sia per quanto riguarda la scenografia che i costumi.

4. Connotazione: il territorio appare colto, in linea generale, nella sua quotidianità: Gianna lavora all'ospedale di Chioggia e per raggiungerlo utilizza il vaporetto; i suoi genitori gestiscono una gastronomia che si trova in una zona centrale della città; la sorella Margherita si divide tra gli impegni familiari tra cui la recita di Natale dei figli; Mario (Alessio Praticò), ragazzo che Gianna incontra casualmente, fa il pescatore; si vedono spesso, sullo sfondo, bragozzi di varie dimensioni che stanno andando o sono di ritorno dalla pesca; la Piazzetta Vigo ospita le casette del mercatino di Natale; e altri fattori simili. Quello rappresentato è uno spaccato di vita che Chioggia offre realmente, è il ritmo quotidiano dei luoghi, certamente modellato ai fini della trama ma comunque del tutto verosimile. Dello stesso parere si dimostra Jacopo Chessa, che durante l'intervista concessami tra le caratteristiche principali della serie cita proprio lo scenario quotidiano.

3.2.4. LA FUNZIONE DEL TERRITORIO

La ricerca Ce.R.T.A. del 2021 *Comunicazione, media e turismo. Lo sviluppo di notorietà e attrattività delle destinazioni turistiche italiane*, individua le sei funzioni del territorio mediale¹⁴³:

- Funzione tripadvisor: riferita a quei prodotti che attivano un meccanismo di attrazione reputazionale rispetto a strutture ristorative, ricettive e/o di altri servizi.
- Funzione touring: si riscontra nei prodotti che sviluppano un racconto orientato al viaggio e alla scoperta delle bellezze artistiche e paesaggistiche.
- Funzione green: riferita ai prodotti orientati alla valorizzazione del territorio nella logica del "km zero" e dell'ambiente incontaminato da riscoprire.

¹⁴³ CeRTA, *Comunicazione, media e turismo. Lo sviluppo di notorietà e attrattività delle destinazioni turistiche italiane*, 2021, https://centridiricerca.unicatt.it/certa-Comunicazione_Media_Turismo_Volume.pdf, p. 52.

- Funzione fondale/cartolina: riferita a quei prodotti o inserti di programma finalizzati a un racconto “patinato” dei luoghi e dei territori, spesso in chiave di sfondo rispetto al meccanismo narrativo predominante.
- Funzione tradizione: si riscontra in prodotti fondati sul racconto di una riscoperta di borghi, luoghi del passato (effetto “borgo incantato”).
- Funzione critica: si riscontra nei prodotti che problematizzano l’identità e i tratti del territorio mostrandone anche elementi negativi, oggettivi o capaci di ripercuotersi nei comportamenti o atteggiamenti degli individui che abitano in quei luoghi.

Sostengo che la funzione del territorio in *Odio il Natale* sia di fondale/cartolina e di tradizione. Come già argomentato, il territorio nella serie fa da sfondo alle vicende dei protagonisti, senza interferire con esse. Si è cercato di valorizzare, attraverso un lavoro di scelta di scenografia e di fotografia, tutte le bellezze sia naturali che non della cittadina. Ciò inserisce il territorio nell’ambito della funzione “cartolina”, e lo stesso Massimo Fabris, location manager della serie, ha utilizzato questo sostantivo descrivendo quello che è il ruolo del territorio all’interno della serie: «Sono tutte cartoline, soprattutto nella seconda stagione che è esteticamente più bella. Una cartolina turistica»¹⁴⁴. Tuttavia, credo che venga anche messa in moto una funzione di “tradizione”, fondata sulla riscoperta di borghi e luoghi storici poco frequentati. La riscoperta del patrimonio storico e culturale di Chioggia è uno dei punti cardine delle politiche attuate negli ultimi anni [cfr. 2.2], e questa serie ha uno sguardo rivolto anche a questo obiettivo. Vengono infatti mostrati palazzi antichi, scorci di calle, calette, piazze, ponti, ma anche tradizioni locali come la pesca e i presepi artistici. Tutto ciò può instillare nello spettatore una curiosità legata a Chioggia come borgo storico, che ha molto di più da offrire oltre all’offerta turistica balneare. A tal proposito, il fatto che la storia sia ambientata nel periodo natalizio rappresenta un valore aggiunto importante, poiché rappresenta per il territorio un’opportunità di destagionalizzazione. Quest’ultimo rappresenta peraltro un fronte caldo di discussioni e polemiche soprattutto da parte dei commercianti di Chioggia e Sottomarina.

¹⁴⁴ Dalla mia intervista a Massimo Fabris, realizzata in data 25/01/2024

3.2.5. LA QUESTIONE LINGUISTICA

Vorrei spendere qualche riflessione a proposito della questione linguistica, che è stata oggetto di critiche. Nella serie, quasi tutti i personaggi principali parlano in italiano con una cadenza neutra derivante dagli studi di recitazione. A fare da eccezione c'è il personaggio di Pietro, il padre di Gianna, interpretato da Massimo Rigo. Questo è l'unico personaggio della famiglia Belotti a presentare una leggera cadenza veneta, non riconducibile ad un dialetto specifico né della zona veneziana né di altre province. L'attore Massimo Rigo, di origine piemontese, ha nel suo curriculum la competenza linguistica di alcuni dialetti, tra cui quello piemontese e siciliano. Probabilmente la scelta di far interpretare a lui un personaggio con cadenza veneta deriva dalla sua facilità con le varietà dialettali italiane. Un personaggio secondario, invece, che presenta una cadenza veneta, è Carlo, un imprenditore vinicolo trevigiano con cui Gianna esce per qualche appuntamento. L'attore che lo interpreta si chiama Marco Rossetti, è di origine romana ed è diplomato al Centro Sperimentale di Cinematografia. Queste informazioni sono importanti per comprendere che non si tratta di un accento naturale bensì costruito, e ciò si percepisce con facilità poiché la cadenza linguistica del suo personaggio appare piuttosto forzata. Nel corso della serie "l'impronta" linguistica veneta si può avvertire maggiormente nei personaggi locali che non hanno un effettivo ruolo drammaturgico, e si tratta perlopiù di comparse: l'addetta alle vendite dei biglietti della lotteria (ep.1, s.1); Gabriella, la proprietaria della pescheria adiacente alla gastronomia (ep.1 e 6, s.1); due signori anziani che osservano un sommozzatore nel Canal Vena mentre cerca di recuperare la statua del Bambino Gesù (ep.1, s.1); l'autista dell'imbarcazione che riporta a casa Gianna e la sua collega dalla festa di Natale (ep.4, s.1). Come si può notare, si tratta solo di apparizioni presenti nella prima stagione: nella seconda, infatti, l'unico personaggio ad avere una cadenza veneta rimane il padre di Gianna. Tutti i nuovi personaggi, sia primari che secondari, ma anche le comparse, parlano un italiano piuttosto neutro. Credo che questa scelta sia la conseguenza di una serie di critiche mosse verso la serie dopo l'uscita della prima stagione, riguardanti l'assenza del dialetto. Un articolo del Corriere del Veneto di marzo 2023 che annuncia la presenza del set nuovamente in città riporta già nel titolo la questione linguistica della serie «viste le polemiche suscitate da un certo linguaggio romanocentrico e cinematografaro dei primi episodi»¹⁴⁵. La stessa

¹⁴⁵ Sara D'Ascenzo, "A Chioggia le riprese di *Odio il Natale 2*, sperando di sentire un po' di dialetto", 14/03/2023, https://corrieredelveneto.corriere.it/notizie/cultura-e-tempo-libero/23_marzo_14/a-chioggia-le-

giornalista a dicembre è stata autrice di un articolo contenente un'intervista a Pilar Fogliati, nella quale le viene proprio chiesto il motivo della scelta di non parlare dialetto. L'attrice ha risposto «Non me la sono sentita di parlare in veneto né tantomeno in chioggiotto. In genere si cerca di “pulire” la propria parlata dalle inflessioni dialettali e inevitabilmente si perde naturalezza»¹⁴⁶, continuando «Ho deciso di mantenere una certa naturalezza parlando meno romano possibile, ma senza scimmiettare il dialetto. Ho avuto qualche critichetta ma la accetto, perché amo terribilmente il dialetto che considero storia, cultura e costume e non voglio storpiarlo»¹⁴⁷. Sostengo sia proprio per la questione della naturalezza di cui ha parlato l'attrice, che nella seconda stagione si è scelto di ridurre ancor di più la presenza del dialetto (più in generale della cadenza veneta): in questo modo si sono create maggior coerenza narrativa e aderenza tra i personaggi. La scelta di far interpretare ai personaggi un dialetto non è mai facile e priva di rischi. A maggior ragione il dialetto veneto, che nell'ambito cinematografico e televisivo è stato spesso oggetto di ridicolizzazioni e affibbiato a personaggi poco affascinanti e sagaci. Il tema meriterebbe inoltre una specifica sul tipo di dialetto: la serie, ambientata a Chioggia, secondo un principio di perfetta congruenza avrebbe dovuto optare per il dialetto chioggiotto, che si tratta di uno dei dialetti di più difficile comprensione di tutto il territorio veneto. Alessia Boscolo Nata, a tal proposito, si è espressa favorevole alla scelta di non inserire il dialetto locale, spiegando come siano state le origini stesse del dialetto chioggiotto a renderlo così ostico: «Il dialetto tende ad annoiare chi non lo conosce. Il nostro dialetto poi, il chioggiotto, non è assimilabile al veneziano, è proprio diverso. Abbiamo uno scrittore di Chioggia, che abita a Padova, che ha appena scritto la prima grammatica chioggiotta... un'opera mastodontica. Il chioggiotto è riconosciuto come una lingua di origine greca, probabilmente essendo stati isolati per molto tempo il nostro dialetto non si è mai mescolato con altri dialetti o altre lingue... penso anche alle dominazioni straniere francesi, austroungariche. Probabilmente i nostri commerci con l'oriente, i Balcani e la Grecia, ci hanno fatto mescolare la lingua con quella greca. Penso che portare un dialetto come il nostro sul piccolo grande schermo sia davvero una scelta rischiosa»¹⁴⁸.

[riprese-di-odio-il-natale-2-sperando-di-sentire-un-po-di-dialetto-veneto-b83f56e5-948c-4269-a000-be59546b8xk.shtml?refresh_ce](https://www.corriere.it/2023/12/07/odio-il-natale-2-da-oggi-la-serie-in-streaming-girata-a-chioggia-rispettato-il-dialetto-840b57cf-e3f1-4ebc-979e-e484c9960xk.shtml)

¹⁴⁶ Sara D'Ascenzo, ««Odio il Natale 2», via alla serie in streaming girata a Chioggia: «Rispettato il dialetto»», in Corriere del Veneto, 7/12/2023, https://corrieredelveneto.corriere.it/notizie/veneziana-mestre/cultura-e-tempo-libero/23_dicembre_07/odio-il-natale-2-da-oggi-la-serie-in-streaming-girata-a-chioggia-rispettato-il-dialetto-840b57cf-e3f1-4ebc-979e-e484c9960xk.shtml

¹⁴⁷ Ibidem.

¹⁴⁸ Dalla mia intervista ad Alessia Boscolo Nata, realizzata in data 5/02/2024.

3.2.6. IL SET SUL TERRITORIO

La presenza del set nel centro di Chioggia per la durata di quattro settimane per ogni stagione ha coinvolto la cittadinanza locale sotto varie forme. Innanzitutto, vi hanno partecipato persone di ogni età e genere nel ruolo di comparse. Sono state anche reclutate comparse dagli ambienti professionali come nel caso di sommozzatori e pescatori. Il set si è poi agganciato al territorio attraverso convenzioni con ristoranti, alberghi, food service ed altro, come spiegato da Massimo Fabris: «[...] si sono coinvolti ristoranti, alberghi, ferramenta, service per il cibo. I professionisti sono presi il più delle volte da Roma, dalla casa di produzione, perché servono competenze e soprattutto velocità diverse»¹⁴⁹. Anche nell'ambito scenografico c'è stato un contributo chioggiotto, attraverso l'inserimento nelle scenografie in interno dei quadri di due artiste chioggiotte: Gabriella Siviero e Clara Quaresima. Le opere si trovano soprattutto all'interno del bacaro di Filippo¹⁵⁰.

3.2.7. DIFFERENZE TRA LE DUE STAGIONI

Ritengo che il successo avuto dalla prima stagione abbia convinto la produzione a seguire, per la realizzazione della seconda stagione, il tracciato già percorso. Sono molti quindi i punti di contatto tra le due stagioni, sia dal punto di vista puramente drammaturgico che estetico. È proprio su quest'ultimo fattore su cui la seconda stagione ritengo abbia lavorato maggiormente, soprattutto attraverso una ricerca molto raffinata, come già detto, a livello di tonalità cromatiche. A goderne sono soprattutto le scene in interni, che oltretutto vedono un maggior spazio rispetto alla prima stagione. Se nella prima stagione, infatti, si è cercato di valorizzare il territorio attraverso molte inquadrature e scene girate in esterno, la seconda stagione dedica un maggior spazio agli interni (complice probabilmente il fatto che la novità dell'ultima stagione sia rappresentata da Filippo, il nuovo vicino di casa di Gianna, il quale ha acquistato il bar di Caterina, abitualmente frequentato da Gianna e le sue amiche). Anche la questione linguistica, come già esposto, rappresenta un ambito in cui le due stagioni differiscono leggermente l'una dall'altra.

¹⁴⁹ Dalla mia intervista a Massimo Fabris, realizzata in data 25/01/2024.

¹⁵⁰ ChioggiaTV, "I quadri di Gabriella Siviero e Clara Quaresima sul set di "Odio il Natale 2"", 29/12/2023, <https://www.chioggiatv.it/2023/12/i-quadri-di-gabriella-siviero-e-clara-quaresima-sul-set-di-odio-il-natale-2/>

3.3. INIZIATIVE A CHIOGGIA

Come accennato precedentemente, la prima stagione ha avuto un grande successo, che è stato addirittura superato da quello della seconda stagione. Proprio lo spopolare della serie a dicembre 2023 ha fatto emergere la curiosità negli spettatori riguardante una terza stagione. L'unico dato certo, al momento, è che un'eventuale terza stagione – trattandosi di un remake della serie norvegese *Natale con uno sconosciuto* – dovrà basarsi su nuovo materiale originale dal momento che quest'ultima è costituita da solamente due stagioni. Ma quali effetti ha avuto o sta attualmente avendo il successo della serie sulla città di Chioggia? Stando alla ricerca Ce.R.T.A. del 2022, «i contenuti che insistono su una rappresentazione del luogo molto vicina a elementi da “cartolina”, di paesaggi mozzafiato, natura incontaminata e valorizzazione e scoperta di tradizioni gastronomiche sono quelli che stimolano in misura maggiore l'atteggiamento del desiderio»¹⁵¹, affermazione che si potrebbe senza difficoltà coniugare al caso di *Odio il Natale*. Le mie ricerche hanno dunque cercato di capire quale sia stato l'impatto della serie tv sui flussi turistici a Chioggia, ma soprattutto quali siano state le iniziative, legate alla serie tv, volte ad attrarre turisti. Già innanzi ho esposto la delusione e il disappunto di abitanti e commercianti della città riguardanti la mancanza di iniziative e proposte natalizie in concomitanza dell'uscita della seconda stagione [cfr. 2.2]. Quest'ultima è stata vista come un'occasione mancata, un volano non sfruttato di promozione territoriale. Ed in effetti, tenendo periodicamente aggiornato da novembre 2023 a fine febbraio 2024 il controllo delle pagine “Eventi e manifestazioni” del sito della città di Chioggia¹⁵², ed “Eventi” del sito [visitchioggia.com](https://www.visitchioggia.com)¹⁵³, ho personalmente constatato come nessuno, tra gli eventi proposti, si agganciasse a *Odio il Natale*.

Tuttavia, lo stesso non si può dire per l'uscita della prima stagione. A febbraio 2023, infatti, è stata proposta un'esperienza dal titolo “Walking Chioggia” nel fine settimana prossimo al giorno di San Valentino (sabato 11 e domenica 12 febbraio), all'interno dell'iniziativa “Chioggia per amori e per passioni” realizzata da ChioggiaTV con Comune, Pro loco Chioggia e Sottomarina, Ascom Confcommercio Chioggia, Gebis,

¹⁵¹ CeRTA, *Scenari e sfide per il turismo post pandemia (2021-2022), La ri-scoperta dell'Italia: media e territorio tra città, regioni e luoghi intermedi*, 2022, https://centridiricerca.unicatt.it/certa-Scenari_e_sfide_per_il_turismo_post_pandemia_volume_CMP.pdf, p.160.

¹⁵² <https://www.chioggia.org/index.php?area=84&menu=2&page=309&lingua=4>, ultima consultazione 25/02/2024.

¹⁵³ <https://www.visitchioggia.com/it/eventi/eventi-chioggia/#/eventi>, ultima consultazione 25/02/2024.

Cisa Camping, Comitato Riva Vena. “Walking Chioggia” prevedeva una passeggiata guidata nei luoghi più iconici ed interessanti del centro, tra cui le location della serie tv *Odio il Natale*. Sul sito di ChioggiaTV si legge «Chioggia è una città romantica per vocazione, un aspetto celebrato anche dalla recentissima serie Netflix “*Odio il Natale*”. Sarà come essere nel film, vivendo luoghi pieni di storia e dai colori unici»¹⁵⁴. Di guidare la visita, totalmente gratuita, si è occupata Alessia Boscolo Nata, profonda conoscitrice della storia e degli aspetti più curiosi dei luoghi di Chioggia. Per tale motivo ho deciso di chiederle un’intervista, che ha gentilmente accettato. Da questa, ho potuto intuire immediatamente il motivo per cui per l’ultima stagione non è stato proposto alcun evento, mentre per la prima sì: si tratta della candidatura di Chioggia a Capitale italiana della Cultura 2024. La manifestazione per San Valentino, infatti, di cui faceva parte “Walking Chioggia”, rientrava in una serie di eventi ed iniziative legate alla candidatura della città a capitale della cultura. Si è trattata della prima volta che in città veniva organizzata una manifestazione a ridosso della festa di San Valentino¹⁵⁵, che tra l’altro, come racconta un articolo di Chioggia in diretta, ha visto un grande successo «tanto che non è esclusa una seconda edizione il prossimo anno»¹⁵⁶. Purtroppo quest’ultima non è stata realizzata, probabilmente anche vista la conclusione del progetto che ha visto l’assegnazione del titolo Capitale della Cultura a Pesaro e non alla cittadina lagunare. Alessia Boscolo racconta: «abbiamo unito il romanticismo della trama della serie tv con l’aspetto culturale riguardante appunto la candidatura di Chioggia come città della cultura»¹⁵⁷, «la città è stata allestita a tema San Valentino con delle luci e dei luoghi dove potersi fare delle foto, c’erano varie attrazioni, come ad esempio un pianista che suonava su Ponte Vigo»¹⁵⁸. L’idea iniziale è stata di Gianni Nardo, responsabile di ChioggiaTV, che si occupa da anni, soprattutto nel periodo estivo, della proposta e realizzazione di eventi e manifestazioni sul territorio di Chioggia, ma con il quale «prevalentemente dopo la candidatura di Chioggia come capitale della cultura italiana 2024, si sono susseguite delle idee e iniziative per dare risalto alla città e al centro di Sottomarina 365 giorni all’anno»¹⁵⁹. La passeggiata guidata è stata proposta in due momenti: nel pomeriggio di

¹⁵⁴ ChioggiaTV, “Visita guidata gratuita a Chioggia: scopri la città di “Odio il Natale”!”, 1/02/2024, <https://www.chioggiatv.it/2023/02/visita-guidata-gratuita-a-chioggia-scopri-la-citta-di-odio-il-natale/>

¹⁵⁵ Chioggia in diretta, “Per amore si balla, si gioca e si ride”, 13/02/2023, <https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2023/02/13/news/per-amore-si-balla-si-gioca-e-si-ride-214907/>

¹⁵⁶ Ibidem.

¹⁵⁷ Dalla mia intervista ad Alessia Boscolo Nata, realizzata in data 5/02/2024.

¹⁵⁸ Dalla mia intervista ad Alessia Boscolo Nata, realizzata in data 5/02/2024.

¹⁵⁹ Ibidem.

sabato 11 febbraio e nella mattinata di domenica 12. Fin da subito l’iniziativa ha riscontrato un grande successo: i 100 posti messi a disposizione per ciascun turno sono stati esauriti nell’arco di una giornata. Come racconta la guida, riferendosi al turno del sabato pomeriggio: «Avevo dato 100 posti come capienza per una questione di comodità e di acustica, perché altrimenti avrebbero fatto fatica a sentirmi tutti. Solo che poi sono arrivate delle email di persone che chiedevano informazioni e che volevano partecipare, e ho accettato pensando che comunque qualcuno avrebbe dato forfait... e invece no! Quindi alla fine eravamo in 200, e in alcune calli molto strette non ci stavamo proprio. Ha avuto un grande successo»¹⁶⁰. Un articolo de la Nuova di Venezia e Mestre riporta il titolo “Chioggia, cento biglietti a ruba per il tour nei luoghi della serie Netflix “Odio il Natale”¹⁶¹, sottolineando come la serie tv sia il potente fattore d’attrazione dell’iniziativa. Vi hanno dunque partecipato un totale di circa 400 persone, 200 per ogni turno, superando del doppio i posti messi a disposizione. Il target di riferimento è stato quello delle coppie adulte, «[...] tra i 25 e i 45 anni, che sono prevalentemente anche le stesse persone che possono aver visto la serie tv. Abbiamo avuto anche delle persone più adulte, che però sono venute per una questione culturale, e quindi magari non capivano i rimandi e i riferimenti alla serie, però comunque si parlava anche di storia»¹⁶². Nel turno della domenica mattina si è contata una maggior presenza di famiglie con bambini. Nel totale, tra gli effettivi partecipanti coloro che avevano visto la serie sono stati circa la metà. Ciò dunque può rendere l’idea di come qualsiasi set possa essere un fattore d’attrazione: anche senza aver realmente visto la serie, gran parte dei partecipanti vi hanno aderito perché incuriositi dal fatto che tra quei luoghi fosse stato presente un set di produzione audiovisiva o cinematografica (supponendo che molti possano pensare al “cinema” in senso lato anche se si parla di serie tv). La maggior parte di coloro che hanno partecipato era gente locale, di Chioggia, Sottomarina, o paesi limitrofi. La linea adottata dalla guida Alessia Boscolo è stata quella della “particolarità”: «[...] perché non sono una vera e propria guida, sono un architetto e docente di arte alle scuole secondarie e negli anni ho sempre cercato di diversificarmi proponendo dei giri particolari, in posti curiosi che nessuno, a volte nemmeno gente di Chioggia, conosce. Li chiamiamo i “posti sconti”,

¹⁶⁰ Ibidem.

¹⁶¹ La Nuova di Venezia e Mestre, “Chioggia, cento biglietti a ruba per il tour nei luoghi della serie Netflix “Odio il Natale”, 8/02/2023,

https://nuovavenezia.gelocal.it/regione/2023/02/08/news/chioggia_tour_luoghi_serie_netflix_odio_il_natale_san_valentino-12630210/

¹⁶² Dalla mia intervista ad Alessia Boscolo Nata, realizzata in data 5/02/2024.

posti nascosti. [...] Io di solito non porto le persone dentro le chiese, al municipio, etc; le porto dentro le calli e ci perdiamo»¹⁶³. La passeggiata è stata strutturata con partenza da Piazzetta Vigo, dov'è presente la fermata del vaporetto che Gianna utilizza per recarsi a lavoro: «Nella serie infatti Gianna partiva da Palazzo Lisatti Mascheroni, che sarebbe stata la casa dei suoi genitori, e andava a lavorare all'ospedale, che nella realtà è Palazzo Grassi, ed è a venti metri da Palazzo Lisatti Mascheroni»¹⁶⁴. Il fatto di evidenziare l'incongruità tra le distanze diegetiche (casa – ospedale) e quelle reali (Palazzo Lisatti Mascheroni – Palazzo Grassi), è stato motivo di curiosità tra i partecipanti. Vedere che i due luoghi, apparentemente lontani l'uno dall'altro (per raggiungere l'ospedale Gianna si serviva del vaporetto), in realtà distano a pochissimi metri, crea nello spettatore quel fascino verso la settima arte come arte della finzione in cui tutto è reso possibile. Un discorso analogo riguarda la distanza tra Palazzo Grassi e Palazzo delle Figure, dove nella prima stagione viene ambientata la festa di Natale dell'ospedale. Nella serie, per raggiungere la location della festa, Gianna e le sue amiche utilizzano un'imbarcazione privata, facendo dedurre che si trovi lontano dal “centro” dove abitano. I due palazzi nella realtà sono uno dirimpetto l'altro (a separarli in mezzo c'è Canal Vena), e se si osserva con attenzione la scena della festa durante la quale Gianna esce sul balcone dove trova Diego, si può riconoscere sullo sfondo proprio Palazzo Grassi (che sarebbe l'ospedale). Oltretutto, Gianna si muove spesso in bicicletta tra la casa dei genitori (o altri luoghi) e la fermata del vaporetto, fatto che nella realtà sarebbe davvero improbabile per la presenza dei ponti e che quindi richiederebbe un giro molto più articolato per poterli evitare. Altri luoghi e fatti curiosi descritti dalla guida sono stati le “piere sbuse”, le “tolele”, e il fatto che Palazzo Grassi sia effettivamente stato un ospedale militare fino alla fine degli anni '60 del secolo scorso¹⁶⁵.

Tuttavia, il grande successo riscosso dall'iniziativa, come già esposto, non ha portato l'amministrazione a replicare questo tipo di iniziative legate al tema della serie tv anche nell'inverno 2023/2024. In realtà, secondo le ricerche da me effettuate e la testimonianza di Alessia Boscolo, questa si è trattata della prima iniziativa di tale genere a Chioggia: non erano mai stati proposti prima tour alle location di film o serie tv, nemmeno in corrispondenza del successo avuto da *Io sono Li*. Gli eventi a cui il film negli anni ha dato vita sono stati costituiti perlopiù da incontri e proiezioni. L'ultimo evento a tal proposito

¹⁶³ Ibidem.

¹⁶⁴ Ibidem.

¹⁶⁵ Per un approfondimento rimando all'intervista integrale in appendice.

che tengo a citare si è tenuto il 29 agosto 2020 presso il Cortile di Palazzo Grassi, intitolato “A dieci anni dal set di *Io sono Li*, aneddoti, memorie e altri sollazzi” con Andrea Segre, Giuseppe Battiston e altri protagonisti dell’avventura tra cui: Massimo Fabris, Spartaco, Baffo, Amleto e molti altri¹⁶⁶. Tuttavia, un vero e proprio tour guidato alle location del film non era mai stato organizzato. Dal momento che la seconda stagione ha riservato un maggior spazio al Corso del Popolo, dunque introducendo spazi e location nuove, e soprattutto dal momento che l’iniziativa proposta a febbraio 2023 ha riscosso fin da subito un enorme successo, ritengo un’occasione mancata quella di non aver replicato l’evento anche nell’inverno appena trascorso.

¹⁶⁶ <https://www.chioggia.org/index.php?area=84&menu=3&page=311&lingua=4&idnotizia=1600>

CONCLUSIONI GENERALI

Questo lavoro si è posto l'obiettivo di sondare, attraverso un caso recente e di successo internazionale come la serie *Odio il Natale*, il fenomeno che a partire dal 2020 ha invertito la rotta attinente al ruolo e alla rappresentazione di Chioggia nel settore audiovisivo e cinematografico. Da città utilizzata come controfigura di Venezia – grazie alle caratteristiche architettoniche e paesaggistiche che le accomunano e ai benefici in termini economici, logistici e burocratici che Chioggia offre – negli ultimi anni è stata protagonista sullo schermo di un processo di riappropriazione della propria identità. Ha cominciato ad “interpretare se stessa”, e lo ha fatto attraverso due serie tv di portata nazionale ed internazionale quali *We are who we are* e *Odio il Natale*, che hanno diffuso la sua immagine oltre i confini europei (in particolare quelli americani grazie all'opera di Luca Guadagnino). Traendo alcune conclusioni, riguardanti le dinamiche di questo “cambio di rotta”, sostengo che un ruolo di protagonista sia senza dubbio ricoperto da Veneto Film Commission, che proprio dal 2020 ha cominciato ad operare in maniera effettiva. L'entrata di Chioggia nella Fondazione come socio sostenitore nel 2022 non ha fatto altro che ufficializzare, confermare e solidificare sia la volontà della città di promuovere la propria immagine attraverso lo schermo che i rapporti già esistenti e proficui tra il territorio e il settore. Sostengo che un ulteriore ruolo rilevante nell'intero fenomeno sia da designare all'epidemia da Covid-19, che ha modificato una serie di equilibri sociali ed economici. Come evidenzia la ricerca Ce.R.T.A. del 2022, «[...] la tendenza recente appare sempre più quella di scovare luoghi mediaticamente meno conosciuti e considerati»¹⁶⁷, con una particolare attenzione verso le città di medie dimensioni. Il Covid-19 ha difatti spinto alla ricerca di spazi meno popolati, incontaminati, da poter godere all'aria aperta, e in un certo senso anche più intimi. Chioggia rientra perfettamente in questa categoria di nuovi luoghi da scoprire – data la sua natura di città di medie dimensioni (conta circa 50.000 abitanti), bagnata dalle acque del mare, del fiume e della laguna, che la rendono inoltre ricca di storia – e lo fa soprattutto dal punto di vista storico culturale. Infatti Chioggia, con il quartiere di Sottomarina, è nota per il litorale che genera ogni anno un flusso turistico balneare molto importante, ma ciò ha sempre relegato in secondo piano l'identità storica e culturale della città. Ed è

¹⁶⁷ CeRTA, *Scenari e sfide per il turismo post pandemia (2021-2022), La ri-scoperta dell'Italia: media e territorio tra città, regioni e luoghi intermedi*, 2022, https://centridiricerca.unicatt.it/certa-Scenari_e_sfide_per_il_turismo_post_pandemia_volume_CMP.pdf, p.40.

proprio questo aspetto legato alla cultura che Chioggia nell'ultimo anno ha spinto all'interno delle sue politiche: la candidatura nel 2023 a "Capitale italiana della Cultura" ne è la prova regina. Chioggia dimostra così di avere, a partire dal 2020, una visione orientata alla diffusione della propria immagine e alla valorizzazione della propria identità, servendosi, tra i vari strumenti, anche dello schermo televisivo. Attraverso la visione di *Odio il Natale*, Chioggia – che è conosciuta nel mondo come "Piccola Venezia" – si presenta come una città viva, con le sue due vie principali sempre in movimento, le sue tradizioni, le sue attività di sostentamento, i suoi ritmi, la sua gente, distaccandosi proprio per questo dal capoluogo veneziano che si sta invece inesorabilmente svuotando dei suoi abitanti. Ed è proprio quest'ultimo punto a creare uno scarto e ad essere al centro della questione: Chioggia è abitata dai chioggiotti, che la vivono realmente e 365 giorni all'anno. Nella storia del cinema ciò non si era mai verificato con Venezia, quasi sempre scenario di storie dall'esterno e mai dall'interno (salvo rarissime eccezioni). Come analizzato da Gian Piero Brunetta nel 2010: «La Venezia cinematografica di questi ultimi cinquant'anni continua a essere la città di tutti, la stella polare di una globalizzazione che guarda al futuro senza volersi liberare dei patrimoni del passato, ma continua a non essere città dei veneziani»¹⁶⁸. Ciò con Chioggia di *Odio il Natale* non si verifica, poiché diventa lo scenario di una storia di tutti i giorni, raccontata e mostrata dall'interno, con ritmi e dinamiche del tutto verosimili e aderenti alla realtà. Tutto ciò potrebbe far pensare alla volontà da parte della produzione e della città di distaccarsi da Venezia, proponendo per questo una serie di elementi caratteristici ed innovativi. Ma nella realtà dei fatti, non sembra essere stato questo il focus. Ciò su cui si è lavorato non è stata la dimostrazione forzata di una "Venezia alternativa", ma la rappresentazione dell'identità "vera" di Chioggia (che giocoforza propone elementi diversi ed altri simili rispetto a Venezia). Questo punto, molto importante, mi è stato ribadito da tutte e tre le personalità che ho intervistato. Vorrei concludere con una riflessione riguardante un potenziale fenomeno di cineturismo che dalla serie *Odio il Natale* può nascere su Chioggia. Finora, con i dati a disposizione, non si possono affermare in maniera ufficiale fenomeni di cineturismo, ma c'è da considerare che affinché uno spettatore diventi turista del luogo, sono necessarie alcune condizioni che non sempre sono scontate. Innanzitutto il successo del prodotto, che nel caso di *Odio il Natale*, come si è visto, sembra aver superato le aspettative. In seconda istanza è di cruciale importanza l'incidenza del prodotto sul sistema di percezioni

¹⁶⁸ Gian Piero Brunetta, "L'avventura sullo schermo", in Gian Piero Brunetta, Alessandro Faccioli (a cura di), *op. cit.*, p.14.

dello spettatore, ovvero il potenziale dell'opera «nell'agire sull'immaginario turistico del pubblico generando idee, sensazioni e aspettative sui luoghi conosciuti soltanto attraverso lo schermo oppure confermando – o eventualmente modificando – visioni e opinioni preesistenti su luoghi già conosciuti»¹⁶⁹. Sostengo che in questa serie ci sia il potenziale di agire sull'immaginario turistico, sia per chi Chioggia la conosce già, sia per chi non la conosceva. Il successo della visita guidata raccontata sopra [cfr. 3.3] ne è una prova. E ciò è da collegare soprattutto al fatto che la città viene proposta nel periodo invernale, nello specifico natalizio, il quale le offre un'atmosfera del tutto inedita. In terzo luogo, bisogna considerare la componente emozionale: se il prodotto non suscita nello spettatore nessuna emozione, non si crea quell'interesse che è alla base del fenomeno del cineturismo. Per quanto riguarda ciò, credo che la trama e i personaggi di *Odio il Natale*, visto anche il successo ottenuto, abbiano suscitato negli spettatori emozioni riguardanti la sfera affettiva e familiare. L'ultima condizione necessaria, su cui in questo caso credo ci sia da riflettere con cura, riguarda la capacità amministrativa del territorio di valorizzarsi tramite il mezzo audiovisivo e di saper accogliere i turisti che vi si recano. In questo l'amministrazione di Chioggia sembra aver adottato un comportamento ambiguo: tra il 2022 e il 2023, sulla scia delle manifestazioni promosse all'interno del progetto "Capitale italiana della Cultura 2024", si è verificato qualche evento legato alla prima stagione della serie. Ma tra il 2023 e il 2024 ciò non si è replicato, un fatto che amareggia se si considera oltretutto il maggior successo avuto dalla seconda stagione rispetto alla prima. Si è rivelata un'importante occasione mancata, che ritengo debba essere presa in riflessione dall'amministrazione comunale. Non obbligatoriamente nell'ottica della creazione di un fenomeno di cineturismo (da cui peraltro Chioggia potrebbe voler mantenere le distanze per varie ragioni tra cui i fragili equilibri che caratterizzano un ambiente lagunare come il suo), ma per una questione di costanza e coerenza nella promozione del territorio, affinché ciò che si è verificato non rimanga nel tempo solo come un evento fortunato e isolato.

¹⁶⁹ Di Cesare Francesco, Rech Gloria, *op. cit.*, Roma, Carocci, 2007, p. 140.

APPENDICE

INTERVISTA A MASSIMO FABRIS – Realizzata telefonicamente in data 25/01/2024.

B.B. Chioggia interpreta sé stessa: cosa può offrire secondo lei di diverso rispetto a Venezia?

M.F. Ciò che più interessava alle produzioni principalmente, prima di scoprire veramente Chioggia, era di cannibalizzarla per farla figurare come Venezia. Perché le produzioni a Chioggia chiaramente comportano costi minori: hanno alberghi a più buon prezzo, si possono muovere in auto e non devono per forza usare la barca, ci sono regolamentazioni meno strette rispetto a Venezia, che è un labirinto di burocrazia. Ovviamente il piano di lavorazione di una produzione è sempre variabile, basta solo che quel giorno piova e si deve cambiare il piano dell'intera giornata. Se questo succede a Chioggia ad esempio, si possono velocemente cambiare i permessi e non si perde la giornata. Se invece succede a Venezia, dove ci sono mille manifestazioni, gli spazi sono già occupati o altro, si perde la giornata di riprese e diventa un costo importante. Su Venezia solitamente ci vanno le produzioni grosse, che possono sostenerne i costi, e magari le produzioni minori prendono qualche immagine di Venezia (Ponte di Rialto, Piazza San Marco), e poi girano la maggior parte delle scene a Chioggia. Questo è quello che ha da offrire Chioggia in più rispetto a Venezia in termini concreti di produzione. Inoltre Chioggia ha anche una spiaggia enorme dove poter girare, ad esempio *We are who we are* è stato girato anche sulla spiaggia. Questo è sicuramente uno spaccato in più che Chioggia offre. Però per quanto riguarda la bellezza, nonostante Chioggia mi piaccia e sono felice di esserci nato, Venezia è una perla unica, non si riescono ad avere ambientazioni più belle di quelle. Chioggia ha una fauna molto felliniana, se vogliamo. È rimasto uno dei pochi posti in Italia, credo, ad aver mantenuto un'identità culturale così importante. Il chioggiotto lo riconosci, aldilà del dialetto, ma anche dal modo di affrontare la vita. Sono gente molto di cuore, ti aprono la porta di casa, ti aprono il frigo, quello che vuoi. Lo dico per esperienza. E quindi credo che possa offrire alle produzioni un ambiente molto accogliente. Tutti quelli che vengono qua si trovano benissimo, e mantengono rapporti anche successivamente con le persone del posto. Molte persone di Chioggia che non hanno mai fatto cinema poi magari sono stati inseriti in altri progetti, c'è chi sta lavorando a Roma, e altro. Questo succede difficilmente con le produzioni a Venezia.

B.B. E dunque come mai una produzione importante come We are who we are (HBO) ha scelto di girare a Chioggia? Non credo si trattasse di una convenienza economica.

M.F. Lì è stato diverso, *We are who we are* aveva un'altra esigenza. Pensa che è arrivata a Chioggia per una mia "mossa Kansas city" se vogliamo definirla così. Inizialmente doveva essere fatta a Vicenza: tutta la parte esterna riguardante la base militare doveva essere fatta vicino alla base militare delle Ederle e si stavano muovendo per fare tutta la parte degli esterni nella zona periferica di quella base. Poi sono venuti dei colleghi a fare una cena a Chioggia e c'era anche Luca Guadagnino (il regista). Quella sera gli ho chiesto che tipo di ambientazioni stesse cercando, che magari gli avrei trovato qualcosa. Mi ha dato tre aggettivi, anche se ora non ricordo bene quali fossero, ma mi hanno illuminato su quali posti proporgli. Isola Fossetta e Punta Poli. Isola Fossetta è un posto di gente molto popolare, molto viva. L'ho portato lì a mezzanotte ed è rimasto affascinato. Poi l'ho portato a Punta Poli, anche quella una zona popolare, meno pettinata rispetto al resto, e gli è piaciuta un sacco. Da lì si è aperto un mondo.

B.B. Come si è agganciata la produzione di Odio il Natale su Chioggia, oltre ovviamente al coinvolgimento di comparse locali?

M.F. Quando il cinema arriva sul territorio, riversa sempre dei capitali. Nella prima stagione il budget era un po' limitato, però si sono coinvolti ristoranti, alberghi, ferramenta, service per il cibo. I professionisti sono presi il più delle volte da Roma, dalla casa di produzione, perché servono competenze e soprattutto velocità diverse. Il pane per chi fa cinema è il tempo.

B.B. Come è avvenuta la selezione dei luoghi per le ambientazioni di "Odio il Natale", sia per la prima che la seconda stagione?

M.F. La produzione in realtà doveva essere fatta a Comacchio, poi è stata proposta Chioggia allo scenografo e se ne è innamorato. Per quanto riguarda il mio lavoro di location manager per questa produzione, è avvenuto seguendo il solito protocollo: ho letto la sceneggiatura, ho pensato a dei luoghi che potessero rappresentare i mood e le atmosfere delle scene che ho letto e li ho proposti allo scenografo. Poi possiamo dire che lo scenografo li avvalli e il regista li battezzò. E quindi il primo contributo artistico alle ambientazioni se vogliamo, è dato dal location manager. Ma non basta conoscere i luoghi. Credo che in questo lavoro il 50% sia fatto dalla conoscenza dei posti, il 25% dalla psicologia e un altro 25% dalla capacità di cercare e ottenere informazioni dalle persone. Poi è necessario anche conoscere le

problematiche di produzione, quindi quando propongo un posto devo pensare all'economicità, alla comodità, alla funzionalità. È tutto concatenato.

Tra la prima e la seconda stagione sono stati usati gli stessi luoghi, a parte, se ricordo bene, per la bottega di alimentari, che però erano solo scene esterne; poi è stato usato il Palazzo delle Figure, usato nella prima stagione per la scena della festa e nella seconda stagione per una sala d'aspetto e il magazzino dei babbi natali. Il Palazzo Grassi è rimasto l'ospedale.

B.B. Immagino che le scene degli interni delle case siano invece stati fatti altrove.

M.F. Sì, quasi tutti, a parte casa di Margherita e casa di Umberto. Quest'ultima è stata fatta al Palazzo delle Figure, però in un appartamento privato più in alto. Lì era stata girata anche una scena di *Fotografando Patrizia*.

B.B. Nella scelta delle ambientazioni, quali aspetti di Chioggia si voleva far evidenziare? Sono rimasti gli stessi tra una stagione e l'altra?

M.F. Sicuramente l'aspetto paesaggistico. Sono tutte cartoline, soprattutto nella seconda stagione che è esteticamente più bella. Una cartolina turistica. Anche se vorrei aggiungere che personalmente sono deluso da come non si è sfruttata questa occasione. Questo Natale sono arrivato in piazza e c'erano solo quattro chioschetti bianchi. Per la prima stagione si può capire: non si sapeva che avrebbe avuto successo. Ma per la seconda stagione, che si conosceva il successo avuto dalla prima e che poteva avere anche la seconda, non si è fatto nulla, c'era la città spenta. Hanno perso un'occasione, potevano rilanciare il Natale come è stato fatto a Jesolo. Non hanno saputo cogliere questa occasione. Un peccato vero.

B.B. Questo mi collega alla prossima domanda, che riguarda per l'appunto le iniziative di Chioggia al fine di promuovere i luoghi protagonisti di opere cinematografiche e televisive. Personalmente ho fatto un veloce sopralluogo a Chioggia per vedere se ci fossero in giro per la città manifesti o altro richiamanti la serie tv, ma non ho trovato assolutamente nulla.

M.F. Nulla, è vero. Io ho presentato qualche progetto, sia in forma verbale che in forma scritta. Ad esempio volevo apporre dei codici qr fuori dai luoghi dove è stato fatto cinema, da cui si possa vedere la scena girata, e fare così un percorso cicloturistico. Ma a livello amministrativo ora è tutto lento. Spero che prima o poi si muovino in questa direzione, ma per ora vediamo che succede.

B.B. Secondo lei c'è una volontà di rappresentare Chioggia un po' come la "Venezia giovane", dal momento che produzioni come Odio il Natale e We are who we are sembrano indirizzate a quel target?

M.F. Non credo che né *Odio il Natale* né *We are who we are* siano state fatte con questo pensiero di fondo. In realtà credo non esista un film che voglia dare una connotazione al luogo. Gliela puoi dare con le inquadrature, le luci, ma non è il focus. Il focus è il racconto. Per dire, una Chioggia di cui si è voluto raccontare è in *Io sono Li* di Andrea Segre. Lì si è raccontata la parte popolare, la cultura dei pescatori di Chioggia, il loro modo di vivere. Quel film ha effettivamente dato una connotazione. Ma le due serie hanno usato gli spazi in funzione del film, hanno utilizzato Chioggia come cartolina.

INTERVISTA AD ALESSIA BOSCOLO NATA – Realizzata tramite video-call in data 5/02/2024.

B.B. A febbraio 2023 è stato proposto un tour guidato gratuito alle location della serie “Odio il Natale”, condotto da lei. Com’è nata l’iniziativa?

A.B. Io sono stata contattata da Gianni Nardo che è il responsabile di ChioggiaTV, la quale realizza delle manifestazioni per il comune di Chioggia, prevalentemente d’estate. Con Gianni Nardo, soprattutto dagli ultimi due/tre anni – prevalentemente dopo la candidatura di Chioggia come capitale della cultura italiana 2024 – si sono susseguite delle idee e iniziative per dare risalto alla città e al centro di Sottomarina 365 giorni all’anno. Da questo incipit, che è stata la candidatura a capitale della cultura, si è smosso tanto: la città è cambiata dal giorno alla notte. Prima era meta turistica e basta, d’estate si veniva in spiaggia a Sottomarina e in centro a Chioggia la sera per fare la passeggiata. Adesso, nei weekend d’inverno ma soprattutto di primavera, qui quasi non ci si muove più. La candidatura ci ha fatto conoscere attraverso tv e giornali che hanno fatto da cassa di risonanza e hanno attivato un magnetismo particolare per questa città. Perché in effetti non è Venezia, e l’errore è sempre stato quello di chiamare Chioggia “la piccola Venezia”, mentre ora si sta proprio riscoprendo una sua identità, una città completamente diversa da Venezia, per quanto alcuni angoli possano assomigliarsi. E quindi Gianni Nardo oltre a pensare agli eventi estivi, ha anche pensato ad un San Valentino romantico, una passeggiata nel centro storico che comprendesse vari momenti. La città è stata allestita a tema San Valentino con delle luci e dei luoghi dove potersi fare delle foto, c’erano varie attrazioni, come ad esempio un pianista che suonava su Ponte Vigo, e poi c’ero anch’io che alle ore 16.00 partivo con la visita guidata. Abbiamo messo a disposizione 100 posti per prenotarsi, io avevo un microfono e ci si spostava in varie parti della città tra cui alcuni luoghi romantici collegati alla storia di *Odio il Natale*... Luoghi che tra l’altro sono culturalmente molto interessanti. Abbiamo unito il romanticismo della trama della serie tv con l’aspetto culturale riguardante appunto la candidatura di Chioggia come città della cultura. Le visite guidate che faccio io solitamente sono un po’ particolari, perché non sono una vera e propria guida, sono un architetto e docente di arte alle scuole secondarie e negli anni ho sempre cercato di diversificarmi proponendo dei giri particolari, in posti curiosi che nessuno, a volte nemmeno gente di Chioggia, conosce. Li chiamiamo i “posti sconti”, posti nascosti. La stragrande maggioranza della gente che ha partecipato era gente locale, che voleva scoprire la storia legata ai luoghi della serie tv e un po’ di cultura

del posto, ma in termini di curiosità più che altro. Io di solito non porto le persone dentro le chiese, al municipio, etc; le porto dentro le calli e ci perdiamo.

B.B. Com'è stata accolta la proposta? Può indicare un numero approssimativo di partecipanti?

A.B. Ci sono stati 200 partecipanti, il doppio dei posti che avevamo messo a disposizione. I cento posti sono stati esauriti in circa 24 ore, una risposta davvero impressionante. C'è da dire che era gratuito, perché era stato patrocinato dal comune di Chioggia. Avevo dato 100 posti come capienza per una questione di comodità e di acustica, perché altrimenti avrebbero fatto fatica a sentirmi tutti. Solo che poi sono arrivate delle email di persone che chiedevano informazioni e che volevano partecipare, e ho accettato pensando che comunque qualcuno avrebbe dato forfait... e invece no! Quindi alla fine eravamo in 200, e in alcune calli molto strette non ci stavamo proprio. Ha avuto un grande successo.

B.B. Com'è stata pubblicizzata l'iniziativa? C'era un particolare target di persone che volevate intercettare?

A.B. Principalmente le coppie adulte, tra i 25 e i 45 anni, che sono prevalentemente anche le stesse persone che possono aver visto la serie tv. Abbiamo avuto anche delle persone più adulte, che però sono venute per una questione culturale, e quindi magari non capivano i rimandi e i riferimenti alla serie, però comunque si parlava anche di storia quindi non si sono sentiti nel "posto sbagliato", diciamo. Come canali utilizzati per la pubblicità sono stati prevalentemente i social, Facebook e Instagram. Credo ci fossero davvero pochi volantini in giro, ma poi è stata usata soprattutto la radio. Gianni Nardo infatti ha una radio, per cui ha fatto molta promozione di questo evento anche lì, su Radio BCS, che è locale di Chioggia e Sottomarina.

B.B. Com'era strutturato il percorso?

A.B. La partenza è stata dalla Piazza di Vigo, perché da lì partivano i vaporetti che Gianna, la protagonista della serie, prendeva per andare a lavorare. Nella serie infatti Gianna partiva da Palazzo Lisatti Mascheroni, che sarebbe stata la casa dei suoi genitori, e andava a lavorare all'ospedale, che nella realtà è Palazzo Grassi, ed è a venti metri da Palazzo Lisatti Mascheroni. Tra l'altro usava la bicicletta per andare a prendere il vaporetto, che nella realtà sarebbe impossibile perché si dovrebbe fare un giro lunghissimo per evitare i ponti. Mi faceva sorridere questo tragitto fittizio che nella realtà era assurdo. Sopra il Ponte di Vigo ci siamo fermati perché c'era il pianista che ci ha fatto sentire dei brani. Poi lui ha continuato

a suonare tutto il pomeriggio, mentre noi abbiamo iniziato il nostro giro per Riva Vena. Abbiamo visto per primo il Palazzo Grassi, che come detto è l'ospedale nella serie, e che oggi è la sede staccata dell'Università di Padova con la facoltà di biologia marina e ospita anche il Museo Olivi. La caratteristica curiosa di questo palazzo della famiglia Grassi di Venezia è che il secolo scorso è stato davvero l'ospedale militare di Chioggia, fino alla fine degli anni '60. I saloni monumentali che si vedono nella festa di Capodanno, nella prima stagione, sono effettivamente dentro il vero palazzo Grassi, mentre gli interni dell'ospedale penso vengano girati a Cinecittà o comunque in un altro luogo. Il palazzo dirimpetto è Palazzo delle Figure, che ha ospitato nel primo piano, (il piano nobile, con delle vetrate in stile liberty bellissime), il magazzino dei Babbi Natale. Nella seconda stagione Gianna, la protagonista, va lì per chiedere chi le avesse mandato il regalo l'anno precedente. Questo palazzo ha l'ingresso monumentale su Corso del Popolo, ma ha anche un ingresso secondario da Riva Vena, e lì si vedono i Babbi Natale che caricano i pacchi sulla barca. Se si osserva attentamente, si vede l'ingresso dell'ospedale, ovvero di Palazzo Grassi che è proprio lì davanti. Dopodiché il percorso continuava alla Pescheria, dove abbiamo visto il Portale a Prisca, fatto costruire dai genitori di questa piccola bambina, Prisca, morta a soli 4/5 anni. Ha una storia molto commovente ma poi è finito ad essere un portale della Pescheria, con cui non c'entra assolutamente nulla. Successivamente siamo andati alle "piere sbuse", che sono delle pietre bucate nascoste in alcune calli e che sono gli antenati degli infissi, quando nel 1000/1100 non esistevano ancora i vetri delle finestre. A Chioggia tra l'altro abbiamo superstiti delle case che hanno novecento/mille anni. Li ho portati a vedere tutte queste curiosità di modo che facessero caso a quanto c'è di storico e particolare a Chioggia. Poi siamo andati a Calle Ramo Fornetti, un angolo della città usato come urinatoio, con odori orribili ovviamente, ma è proprio gotico. Lì ci sono dei piccoli quadretti, le "tolele", dove vengono raccontati i santi della città e gli ex-voto, con cui la gente ringrazia per le grazie ricevute. Poi, tornati nel Corso del Popolo siamo andati al giardino di San Michele, che è un giardino nascosto a fianco alla Questura, molto molto romantico. E secondo me questa è la bellezza di Chioggia: tu vedi tutte le facciate, pensi che la città sia tutta di mattoni, ma dietro quelle facciate ci sono dei giardini bellissimi. San Michele è uno di questi, ma è una caratteristica anche di Palazzo Grassi (dove però non siamo entrati perché essendo Università si sarebbe dovuto pagare). Ogni tanto però appunto passeggiando vedi questi alberelli che sbucano fuori da dietro dei muri giganteschi e ti chiedi cosa ci sarà lì dietro... Ci sono proprio questi giardini grandi e bellissimi. La conclusione è stata in Piazzetta del Sagraeto, che è il sagrato del Duomo. Lì l'organizzazione ha fatto installare dei cuori enormi

tutti pieni di luci e quando siamo arrivati che c'era il tramonto perché ormai erano le 18.00, c'è stata una vera e propria fila per farsi le foto.

B.B. Tra i partecipanti, secondo lei in quale percentuale erano attirati dal fattore "set", avendo visto la serie e in quale altra invece erano disinteressati?

A.B. Secondo me quelli che hanno visto la serie saranno stati un 40%, circa la metà.

*B.B. Può affermare che sia stata la prima volta nella storia di Chioggia ad essere realizzata un'iniziativa del genere? Che lei sappia per *Io sono Li*, visto il grande successo, non erano stati organizzati eventi di questo tipo?*

A.B. Assolutamente la prima volta. È stata un'idea geniale quella di sfruttare questa occasione. Che io ricordi personalmente, un evento esclusivo per vedere i luoghi di *Io sono Li*, non l'ho mai sentito. Io alcune parti di *Io sono Li* le cito ogni volta che porto i turisti a vedere i Murazzi a Porto San Felice. I Murazzi sono dei muraglioni che una volta separavano il mare dalla laguna. Adesso sono lontani circa un chilometro dalla riva del mare perché sono successe varie cose, avendo deviato il fiume, per cui da cento anni si è creata Sottomarina, che una volta non esisteva. Mano a mano che ci si avvicina al Forte San Felice, mare e laguna cominciano a toccarsi, e c'è proprio il murazzo a separare queste due entità. Li nel film scrive a suo figlio in Cina, e gli dice che qui a Chioggia l'acqua la chiamano con due nomi, "laguna" perché è femmina e "mare" perché è maschio. Quindi quando con le visite siamo ai Murazzi, cito proprio questa frase. Con queste due parole si riesce a definire l'identità di Chioggia. Chioggia non è una città di mare, ma non è neanche di laguna o di terraferma. In realtà le acque sarebbero tre, perché siamo anche bagnati dal fiume Brenta. Quindi abbiamo l'acqua dolce del fiume che ci dà la vita, l'acqua salmastra della laguna che ci protegge, e l'acqua del mare che ci dà da vivere per il turismo e la pesca, ma ci fa paura. Anche lo scorso novembre abbiamo scongiurato un'acqua alta di 201 centimetri. Quindi noi abbiamo paura del mare, il nostro ambiente è fragile per questo motivo, e Segre ha saputo benissimo esaltare questa caratteristica. C'è nella storia della cinematografia anche un altro cortometraggio molto bello, *Gente di Chioggia* di Comisso, e anche lì come Segre sono riusciti a cogliere l'identità di Chioggia, diversa da Venezia, e questa fragilità perché siamo in balia del mare. Hanno sviscerato questa poetica legata all'identità della città e alla sua fragilità, anche della gente.

B.B. Una fragilità anche interiore, se pensiamo all'ostilità degli amici del protagonista Bepi di Io sono Li, che hanno paura dell'estraneo, di chi viene da lontano, forse proprio perché abitando in un posto così si ha paura di quello che può arrivare dal mare.

A.B. Esatto, proprio così. Chioggia è un'isola, quindi siamo molto chiusi. Pensa che fino a pochi anni fa erano malvisti i matrimoni "misti" tra persone di Chioggia e di Sottomarina. Il ponte che ci collega compie tra poco cento anni, ma prima del 1930 eravamo proprio due universi paralleli isolati, così vicini ma così lontani. Ed è proprio così purtroppo, ancora oggi la comunità cinese qui non è ben accetta, gli stranieri in generale.

B.B. Secondo lei, e anche secondo la sua esperienza come guida turistica, Chioggia attrae solamente per le sue bellezze paesaggistiche/naturali, o anche per un fattore culturale e di tradizioni?

A.B. Nel periodo estivo per la spiaggia, con code chilometriche e bacino d'utenza Padova e Vicenza. D'estate solamente solo per il mare. D'inverno siamo sempre stati tranquilli, la città si spopolava di turisti ma rimaneva comunque viva perché siamo comunque 50.000 abitanti. Da quando c'è stata la candidatura a capitale della cultura, d'inverno nei sabati e domeniche ci sono code chilometriche ma la gente non va in spiaggia, viene tutta a Chioggia in centro. E ci sono tantissimi stranieri, perché dall'estate del 2022 c'è stata una deviazione del traffico crocieristico di piccola media taglia ma di alta capacità economica al porto di Chioggia. Questi delle crociere sono americani, canadesi e neozelandesi, non parlano italiano e sono tutti anziani ricchi o benestanti. Vengono qui per la città e non per la spiaggia. Quindi si è messo in moto un meccanismo di offerta di prestazioni culturali e giri turistici anche per questa tipologia di turisti. Ma da dopo che siamo stati candidati a capitale della cultura anche i turisti balneari dell'estate vengono a chiedere giri turistici di tipo storico/culturale.

B.B. Secondo lei l'immagine che viene data di Chioggia nella serie tv, dove l'ambiente ha una funzione cartolina, corrisponde ad un quadro veritiero?

A.B. Ti dico onestamente da cittadina che non hanno censurato o evitato gli angoli brutti della città, e questa è una cosa che mi ha colpito molto. Le callette buie e umide, i sottoporteghi con i muri scrostati e rovinati, si vedono. Non hanno scelto di fare vedere solo il lato bello, che quindi quando una persona viene qui magari può rimanere delusa... al contrario. Fanno vedere le macchine in Corso del Popolo, le biciclette che sfrecciano... Chioggia è proprio così. Quello che loro hanno fatto vedere secondo me è una Chioggia vera. Spesso gli spot automobilistici di marchi di lusso come BMW, Audi o altri, vengono

ambientati a Venezia, ma il 90% delle scene viene girato a Chioggia. L'impressione che si vuole sempre dare è quella di una città finta che maschera di essere qualcos'altro. Nelle pubblicità eliminano tutte le altre auto per far figurare Chioggia come una Venezia senza auto. Ma la cosa che ho apprezzato tanto in *Odio il Natale* è la Chioggia così com'è veramente, un po' sporca, un po' umida, con tante case vecchie o scrostate e da sistemare, i bar con le barche davanti che sono proprio dei "caparossolanti", pescatori davvero rozzi che buttano tutto lì, i bidoni, i sacchi, e tutto questo si vede esattamente di fronte a dove Gianna e le sue amiche fanno l'aperitivo. Quella mostrata secondo me è una Chioggia sincera. Si sente anche parlare in dialetto...

B.B. Proprio quest'aspetto mi collega alla prossima domanda. Crede che la scelta di non parlare dialetto chioggiotto sia stata coerente con l'impianto narrativo?

A.B. Io credo che personalmente sia stata una bella scelta. Il dialetto tende ad annoiare chi non lo conosce. Il nostro dialetto poi, il chioggiotto, non è assimilabile al veneziano, è proprio diverso. Abbiamo uno scrittore di Chioggia, che abita a Padova, che ha appena scritto la prima grammatica chioggiotta... un'opera mastodontica. Il chioggiotto è riconosciuto come una lingua di origine greca, probabilmente essendo stati isolati per molto tempo il nostro dialetto non si è mai mescolato con altri dialetti o altre lingue... penso anche alle dominazioni straniere francesi, austroungariche. Probabilmente i nostri commerci con l'oriente, i Balcani e la Grecia, ci hanno fatto mescolare la lingua con quella greca. Penso che portare un dialetto come il nostro sul piccolo grande schermo sia davvero una scelta rischiosa.

B.B. Un'ultima domanda... c'è qualche evento in programma in città riguardante la seconda stagione?

A.B. Che io sappia no... ma abbiamo appena concluso un'opera ciclopica di quattordici mini video, girati assieme a Chioggia tv, per promuovere le curiosità della città, ed è una sorta di effetto collaterale a quanto successo l'anno scorso con l'evento di San Valentino. Si possono vedere su Facebook alla pagina Walking Chioggia. Sono dei mini progetti di passeggiate che ti portano a esplorare dei luoghi poco conosciuti della città. Questo vuole essere un modo per far arrivare quella passeggiata di febbraio dell'anno scorso anche a chi non ha potuto partecipare.

INTERVISTA A JACOPO CHESSA, realizzata telefonicamente in data 28/02/2024.

B.B. Quali servizi offre Veneto Film Commission alle produzioni a Chioggia?

J.C. A Chioggia ma così come per tutto il resto del territorio assistiamo le produzioni principalmente nello scouting e dunque nella ricerca delle location. Tutta la parte relativa alla permissistica è in capo ai singoli comuni. Ovviamente ci occupiamo anche dei rapporti con le istituzioni, quindi con il Comune ad esempio. Nel caso di Chioggia è un comune piccolo per cui si è costruito facilmente un buon rapporto con la giunta. Considera anche che la Film Commission come fondazione a partecipazione ha tra i suoi soci anche alcuni comuni e non solo le province, e Chioggia è uno di questi. Inoltre aiutiamo anche nel reperimento delle maestranze, nel caso di *Odio il Natale* si parla di una serie che non ha richiesto il contributo regionale per cui non c'erano obblighi di spesa sul territorio e dunque la questione "maestranze locali" in questo caso è stata secondaria.

B.B. Quali vantaggi trae Veneto Film Commission dall'aver Chioggia tra i suoi soci sostenitori e quali vantaggi secondo lei viceversa Chioggia può trarre dall'essere socio sostenitore?

J.C. C'è un dato preliminare nel fatto di essere soci di una fondazione a partecipazione: di fatto è la città ovvero il socio che porta delle istanze, che partecipa alle politiche della fondazione, per cui è un circuito in cui il socio è propositivo. I vantaggi diretti riguardano sicuramente uno scambio proficuo con altri soci, e dunque un confronto con le altre città nelle idee o anche nella gestione delle truppe, del set... Quindi la partecipazione dei soci non è pensata come una dinamica commerciale o di profitto. Dal momento che sei dentro all'assemblea dei soci puoi proporre le tue idee, i tuoi obiettivi.

B.B. Chioggia negli ultimi due anni è stata partecipe di un progetto di rivalorizzazione e promozione del territorio lagunare, come ha influito l'attività di VFC a questo scopo?

J.C. Con alcune eccezioni, ma Chioggia solitamente diventa teatro di posa per una Venezia economica e più facile da gestire. Per cui il fatto che due serie di impatto nazionale ed internazionale (*We are who we are* e *Odio il Natale*) che noi abbiamo sostenuto abbiano come location Chioggia sicuramente ha contribuito a rendere l'immagine di Chioggia più attraente, a darle una dignità che magari prima faceva fatica ad affermarsi. Credo che la presenza dei set un piccolo contributo nella valorizzazione e promozione del territorio

l'abbiano potuta dare. Detto questo, è chiaro che si tratta di un discorso più grande quello sulla laguna che non coinvolge solamente l'immagine di Chioggia.

B.B. Chioggia interpreta sé stessa: cosa può offrire secondo lei di diverso rispetto a Venezia all'immaginario collettivo.

J.C. Chioggia è una città viva, che ha i suoi problemi, le sue bellezze, la sua quotidianità. Ha tutta una vita che a Venezia c'è ormai solo marginalmente, ahimè. Non credo che una sia alternativa all'altra, ci sono certamente delle similitudini architettoniche e sono accostabili in qualche modo però io penso che Chioggia sia un potenziale scenario di un tipo di vita diverso rispetto a Venezia. Ormai Venezia rappresenta uno scenario storico, ambientare lì una storia di vita di tutti i giorni è abbastanza difficile e si rischia che sia poco credibile.

B.B. Come sono nati e si sono svolti i rapporti tra Veneto Film Commission e LuxVide, casa di produzione di "Odio il Natale"? Quali erano per VFC i punti di forza del progetto?

J.C. Lux Vide aveva già girato la sesta stagione di *Un passo dal cielo* ed ero in contatto con loro. Nacque tutto da un dialogo con uno dei producer di Lux Vide che aveva una storia da ambientare in una location che nella loro idea era Comacchio. Quindi gli dissi "Ma perché non vieni a Chioggia?" e abbiamo organizzato un location scouting. Sono stati a Chioggia un po' di giorni, hanno visto tutti i luoghi, il Comune è stato da subito molto reattivo e collaborativo e quindi si sono detti "Va bene, questa serie la giriamo qui". Poi c'è stata tutta la questione legata al fondo di produzione, però Lux Vide essendo stata proprio in quel periodo acquisita dal gruppo Fremantle non poté partecipare (poiché possono farvi domanda solo le piccole/medie imprese). I punti di forza di questo progetto erano sicuramente il fatto che Chioggia interpretasse se stessa, e poi il fatto che fosse una serie Netflix. Se non sbaglio la prima serie Netflix che abbiamo avuto. Quindi essendo Netflix la piattaforma più importante, e Lux Vide la società più importante della serialità italiana, il fattore promozionale e pubblicitario del territorio era sicuramente rilevante. L'immagine di Chioggia che ne è uscita infatti è molto bella, fa venire davvero voglia di andarci e abitarci. L'amministrazione stessa ne è stata molto contenta.

BIBLIOGRAFIA

Monografie

Costa Antonio, Lavarone Giulia e Polato Farah (a cura di), *Veneto 2000: il cinema. Identità e globalizzazione a Nordest*, Venezia, Marsilio, 2018.

Cucco Marco, Richeri Giuseppe, *Il mercato delle location cinematografiche*, Venezia, Marsilio, 2013.

Di Cesare Francesco, Rech Gloria, *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, Roma, Carocci, 2007.

Gian Piero Brunetta, Alessandro Faccioli (a cura di), *Luci sulla città: Venezia e il cinema*, Venezia, Marsilio, 2010.

Graziano Teresa, Nicosia Enrico (a cura di), *Geo-fiction. Il volto televisivo del Belpaese*, Aracne, Canterano, 2017.

Provenzano Roberto C. (a cura di), *Al cinema con la valigia. I film di viaggio e il cineturismo*, Milano, Franco Angeli, 2007.

Ravagnan Sergio, *Storia popolare di Chioggia dalle origini ai giorni nostri*, Sottomarina, Il Leggio, 2008.

Saggi in volume

Versace Alberto, Canova Lorenzo, Fabbri Tommaso M., Medolago Albani Francesca, “L’evoluzione del sostegno pubblico all’audiovisivo”, in Fabbri Tommaso, *L’industria della comunicazione in Italia*, Italia, Guerini e Associati, 2008.

Saggi in riviste

Giusepponi Katia, “Sostenere le produzioni cinematografiche vantaggi fiscali e di immagine per gli investitori”, in *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, nr. 4, 2016, pp. 67-75.

Irène Bessière, Laurent Creton, Kira Kitsopanidou, Roger Odin (a cura di), *Ville et cinéma, espace de projection, espaces urbains* in *Théorème* n.26, Université Sorbonne Nouvelle, Paris, 2016.

Ravagnan Sergio, “Chioggia e il cinema”, in *Chioggia: rivista di studi e ricerche*, n.1, Chioggia, Editori vari, 1988.

Scarlata Rosy, “Il fenomeno del cineturismo e le opportunità dei territori”, in *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, nr. 4, 2016, pp. 237-249.

Tooke Nichola, Baker Michael, “Seeing is believing: The effect of film on visitor numbers to screened locations”, in *Tourism Management*, vol. 17, n.2, 1996, pp. 87-94.

Violante Antonio, “Quando la fiction produce turismo. Due località per il cinema fantasy a confronto”, in *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, nr. 4, 2016, pp. 393-405.

Ricerche

“Il sistema italiano delle film commission: l’audiovisivo delle regioni”, p. 6, ultima consultazione 7/01/2024,

https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/dossier/file_internets/000/001/547/Italian_film_commissions.pdf

ANICA, APA, *Le serie e i film italiani sui mercati esteri: circolazione e valore economico*, 2023,

http://www.anica.it/allegati/DATI/ANICA%20APA%20%E2%80%9CLE%20serie%20e%20i%20film%20italiani%20sui%20mercati%20esteri%E2%80%9DeMedia_121223%20sintesi.pdf

ANICA, *Evoluzione dei fondi regionali per il cinema e l’audiovisivo. Vincoli e opportunità*, Venezia, 2010,

http://www.anica.it/online/news/Venezia67_Cinema_territorio.pdf

CeRTA, *Comunicare il turismo sostenibile. Il posizionamento dell’Italia nel percorso verso la sostenibilità: viaggiatori, luoghi, operatori*, 2023,

https://centridiricerca.unicatt.it/certa-Comunicare%20il%20turismo%20sostenibile_CMP.pdf

CeRTA, *Comunicazione, media e turismo. Lo sviluppo di notorietà e attrattività delle destinazioni turistiche italiane*, 2021, https://centridiricerca.unicatt.it/certa-Comunicazione_Media_Turismo_Volume.pdf

CeRTA, *Scenari e sfide per il turismo post pandemia (2021-2022), La ri-scoperta dell'Italia: media e territorio tra città, regioni e luoghi intermedi*, 2022, https://centridiricerca.unicatt.it/certa-Scenari_e_sfide_per_il_turismo_post_pandemia_volume_CMP.pdf

Fasan Erika, *Dal veneto minore ai fasti imperiali: il documentario italiano tra realismo e propaganda (1925-1945)*, Tesi di Dottorato Università di Padova, 2009

ICE, “Le politiche di sostegno alla competitività internazionale dell’industria audiovisiva italiana” in *Studio sull’industria audiovisiva italiana nei mercati internazionali*, 2021, https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/Rapporto%20audiovisivi%20ICE_221121.pdf

Articoli e notizie online di carattere generale

ANSA, “CSC Immersive Arts, a Venezia il centro unico in Europa”, 12/09/2023, https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2023/09/12/csc-immersive-arts-a-venezias-il-centro-unico-in-europa_947951d9-54af-42ef-8d65-15b2968c38fb.html

APA, “Fondo Regione del Veneto: 5 milioni per la produzione audiovisiva”, 27/04/2023, <https://www.apaonline.it/news/fondo-regione-del-veneto-5-milioni-per-la-produzione-audiovisiva/>

Chioggia in diretta, “Cancellato il Natale a Sottomarina”, 29/11/2023, <https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2023/11/29/news/cancellato-il-natale-a-sottomarina-232947/>

Chioggia in diretta, “Chioggia è nella rete veneta dei film”, 21/06/2022, <https://www.chioggiaindiretta.it/diretta/2022/06/21/news/chioggia-e-nella-rete-veneta-dei-film-200911/>

Chioggia in diretta, “Città più in ordine per attrarre turisti”, 05/01/2024, <https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2024/01/05/news/citta-piu-in-ordine-per-attrarre-turisti-235437/>

Chioggia in diretta, “Film commission a Chioggia? Botta e risposta tra Baldin e Dolfin”, 9/12/2022, <https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2022/12/09/news/film-commission-a-chioggia-botta-e-risposta-tra-baldin-e-dolfin-211121/>

Chioggia in diretta, “Il cinema sceglie il Veneto”, 06/05/2023, <https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2023/05/06/news/il-cinema-sceglie-il-veneto-219960/>

Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, “Bilancio, Franceschini: la Cultura al centro della politica economica del governo”, 28/10/2021, <https://cinema.cultura.gov.it/comunicati/bilancio-franceschini-la-cultura-al-centro-della-politica-economica-del-governo/?highlight=legge%20Franceschini&ricerca=legge+Franceschini>

Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, “Fondo Cinema e Audiovisivo: 746 milioni di euro per il 2023”, 18/04/2023, <https://cinema.cultura.gov.it/notizie/fondo-cinema-e-audiovisivo-746-milioni-di-euro-nel-2023/>

Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, “Il ddl Cinema è Legge”, 03/11/2016, <https://cinema.cultura.gov.it/notizie/il-ddl-cinema-e-legge/?highlight=legge%20Franceschini&ricerca=legge+Franceschini>

Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, “La DGCA al Focus – The Meeting Place for International Production di Londra”, 5/12/2022, <https://cinema.cultura.gov.it/appuntamenti/la-dgca-al-focus-the-meeting-place-for-international-production-di-londra/?highlight=Veneto%20film%20commission&ricerca=Veneto+film+commission>

Italian Film Commission, “Focus 2022: Agenzia ICE, MAECI, MiC, Cinecittà, Film Commission Italiane”, 1/12/2022, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/focus-2022-agenzia-ice-maeci-mic-cinecitta-film-commission-italiane/>

Italian Film Commission, “Online il Bando Pr Fesr 2021-2027 a favore della produzione cinematografica della Regione del Veneto”, 21/04/2023, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/online-il-bando-pr-fesr-2021-2027-a-favore-della-produzione-cinematografica-della-regione-del-veneto/>

Italian Film Commission, “Regione Veneto: II finestra da € 2.5 mln del Bando a sostegno della produzione cinematografica e audiovisiva”, 3/10/2023, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/regione-veneto-ii-finestra-da-e-2-5-mln-del-bando-a-sostegno-della-produzione-cinematografica-e-audiovisiva/>

Italian Film Commission, “Veneto Film Commission, nasce la fondazione a guida regionale”, 22/12/2017, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/veneto-film-commission-nasce-la-fondazione-a-guida-regionale/>

Italian Film Commission, “Veneto Film Commission: fondo location scouting”, 9/06/2021, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/veneto-film-commission-fondo-location-scouting/>

Italian Film Commission, “Veneto Film Commission: opportunità per imprese e liberi professionisti”, 29/01/2023, <https://www.italianfilmcommissions.it/news/detail/veneto-film-commission-opportunita-per-impres-e-liberi-professionisti/>

Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, “Franceschini: legge cinema funziona, nel 2018 risorse oltre le aspettative. Fondi aggiuntivi saranno destinati a potenziare tax credit internazionale”, 31/01/2018, <https://cinema.cultura.gov.it/wp-content/uploads/uploads/NW/2018/csfranceschinileggecinemafunzionanel2018risorseoltreleaspettativefondiaggiuntivisarannodestinatiapotenziaretaxcreditinternazionale31genn2018.pdf>

Ministero della Cultura, “Nasce la nuova Legge Cinema Franceschini: aumentati i finanziamenti del 60%, +150 milioni e criteri di selezione automatici e più efficienti”, 28/01/2016, <https://cultura.gov.it/comunicato/nasce-la-nuova-legge-cinema-franceschini-aumentati-i-finanziamenti-del-60-150-milioni-e-criteri-di-selezione-automatici-e-piu-efficienti>

Regione del Veneto, “Capitale italiana della cultura 2024. Chioggia e Vicenza in finale. Assessore Corazzari, orgogliosi di questo risultato”, 31/01/2022, <https://www.regione.veneto.it/article-detail?articleId=13491172>

Regione del Veneto, Allegato A, Statuto della Fondazione “Veneto Film Commission”, DGR nr. 387 del 26 marzo 2018, https://bur.regione.veneto.it/BurvServices/pubblica/Download.aspx?name=387_AllegatoA_367056.pdf&type=9&storico=False

Veneto film commission, “Il Veneto set cinematografico sempre più richiesto per produzioni italiane e internazionali”, 12/10/2023,

https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2023/10/cs-VFC_set-Veneto_bando-Regione.pdf

Veneto Film Commission, “Jesolo aderisce alla Veneto Film Commission”, 7/03/2022,

<https://venetofilmcommission.com/it/jesolo-aderisce-alla-veneto-film-commission/>

Veneto Film Commission, “La Veneto Film Commission investe nella formazione: borse di studio per entrare nel mondo delle serie tv con showrunnerlab”, 21/02/2022,

https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2022/02/CS_21.2.2022-VFC-SHOW-RUNNER.pdf

Veneto Film Commission, “La Veneto Film Commission sarà presente alla 77. Edizione della Mostra del Cinema di Venezia con incontri dedicati al settore e al territorio”,

27/08/2020, <https://venetofilmcommission.com/it/la-veneto-film-commission-sara-presente-alla-77-edizione-della-mostra-del-cinema-di-venezias-con-incontri-dedicati-al-settore-e-al-territorio/>

Veneto Film Commission, “ScriptLab 2023: Veneto Film Commission e Scuola di Cinema Carlo Mazzacurati portano in Veneto per il terzo anno il TorinoFilmLab”,

31/03/2023, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2023/10/CS_ScriptLab-2023-Colli-Euganei.pdf

Veneto Film Commission, “Treviso aderisce alla Veneto Film Commission”,

20/04/2022, <https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2022/06/COMUNICATO-STAMPA-21-APRILE-TREVISO-ADERISCE-ALLA-VENETO-FILM-COMMISSION.pdf>

Veneto Film Commission, “Veneto Film Commission mette in vetrina produzioni e luoghi del territorio al workshop Ace Leadership Special”, 30/06/2023,

https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2023/10/2_cs-VFC_ACE-LEADERSHIP-SPECIAL-2023.pdf

Veneto Film Commission, “Veneto Green Movie, al via il progetto di educazione visiva e ambientale ideato dalla Veneto Film Commission per le scuole del Veneto”,

13/01/2023, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2023/01/CS_Veneto-Green-Movie.pdf

Veneto Film Commission, “Venezia e Chioggia protagoniste al Festival del cinema di Sitges in Spagna”, 06/10/2021,

https://venetofilmcommission.com/wpcontent/uploads/2021/10/CS_06_Veneciafrenia_Sitges.pdf

Veneto Film Commission, “Verona primo comune capoluogo nella Veneto Film Commission”, 4/02/2022, https://venetofilmcommission.com/wp-content/uploads/2022/02/CS_1_VFC-e-Verona-.pdf

Articoli e notizie riguardanti le produzioni a Chioggia citate

Chioggia News 24, “1981: per la Tv si gira L’Andreana”, 19/08/2016,

<https://www.chioggianews24.it/1981-la-tv-si-gira-landreana/>

Chioggia News 24, “Chioggia e il cinema. “Culastrisce, nobile veneziano” (1975)”, 27/05/2016, <https://www.chioggianews24.it/chioggia-cinema-culastrisce-nobile-veneziano-1975/>

La Nuova di Venezia e Mestre, “«La città si vede poco» Polemiche dopo lo spot Bmw girato a Chioggia”, 04/11/2018,

<https://nuovavenezia.gelocal.it/venezia/cronaca/2018/11/04/news/la-citta-si-vede-poco-polemiche-dopo-lo-spot-bmw-girato-a-chioggia-1.17429295>

La Nuova di Venezia e Mestre, “Chioggia si trasforma in un set da oggi la "3" gira uno spot”, 18/05/2012,

https://ricerca.gelocal.it/nuovavenezia/archivio/nuovavenezia/2012/05/18/NZ_39_06.html

La Nuova di Venezia e Mestre, “Ciak a Chioggia, si gira «Faccia d'Angelo»”,

06/01/2011, <https://nuovavenezia.gelocal.it/venezia/cronaca/2011/01/06/news/ciak-a-chioggia-si-gira-faccia-d-angelo-1.1377268>

La Nuova di Venezia e Mestre, “Si gira in città uno spot pubblicitario”, 08/10/2014,

<https://nuovavenezia.gelocal.it/venezia/cronaca/2014/10/08/news/si-gira-in-citta-uno-spot-pubblicitario-1.10082185>

Veneto Film Commission, “Nuove location per la sesta stagione della fiction "Un passo dal cielo”, 14/07/2020, <https://venetofilmcommission.com/wp->

[content/uploads/2020/08/Un-Passo-dal-Cielo-Nuove-Location-per-la-sesta-stagione-1407-.pdf](#)

Veneto Film Commission, “The Greatest per la regia di Sonia Bergamasco riprese in Veneto ai primi di settembre”, 20/09/2023, <https://venetofilmcommission.com/it/the-greatest-per-la-regia-di-sonia-bergamasco-ad-asolo-ai-primi-di-settembre/>

***IO SONO LI* – Articoli e notizie online, pagine web di riferimento**

Costa Antonio in “Tradizioni locali e globalizzazione. Il Veneto ibrido di «Io sono Li»”, in *Corriere del Veneto*, 23/09/2011,

https://corrieredelveneto.corriere.it/verona/notizie/cultura_e_tempolibero/2011/23-settembre-2011/tradizioni-locali-globalizzazione-veneto-ibrido-io-sono-li-1901616186433.shtml

<https://venetofilmcommission.com/it/film/io-sono-li/>

https://www.allocine.fr/film/fichefilm_gen_cfilm=173084.html

<https://www.chioggia.org/index.php?area=84&menu=3&page=311&lingua=4&idnotizi a=1600>

<https://www.italyformovies.it/film-serie-tv-games/detail/103/io-sono-li>

<https://www.jolefilm.com/film/io-sono-li/>

***GENTE DI CHIOGGIA* – Articoli e notizie online, pagine web di riferimento**

<https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL3000052289/1/gente-chioggia.html?startPage=0>

<https://www.chioggianews24.it/gente-mare-giovanni-comisso/>

***ODIO IL NATALE* – Articoli e notizie online, pagine web di riferimento**

Chioggia in diretta, “Per amore si balla, si gioca e si ride”, 13/02/2023,

<https://www.chioggiaindiretta.it/cronaca/2023/02/13/news/per-amore-si-balla-si-gioca-e-si-ride-214907/>

ChioggiaTV, ““Odio il Natale” è un successo! Seconda in classifica tra le serie Netflix più viste”, 14/12/2022, <https://www.chioggiatv.it/2022/12/odio-il-natale-e-un-successo-seconda-in-classifica-tra-le-serie-netflix-piu-viste/>

ChioggiaTV, “I quadri di Gabriella Siviero e Clara Quaresima sul set di “Odio il Natale 2””, 29/12/2023, <https://www.chioggiatv.it/2023/12/i-quadri-di-gabriella-siviero-e-clara-quaresima-sul-set-di-odio-il-natale-2/>

ChioggiaTV, “Visita guidata gratuita a Chioggia: scopri la città di “Odio il Natale!””, 1/02/2024, <https://www.chioggiatv.it/2023/02/visita-guidata-gratuita-a-chioggia-scopri-la-citta-di-odio-il-natale/>

Il Gazzettino, “Chioggia su Netflix con Odio il Natale, la commedia romantica a puntate dal 7 dicembre”, 13/12/2022, https://www.ilgazzettino.it/nordest/venezia/netflix_odio_il_natale_chioggia_serie_tv_7_dicembre_2022_pilar_fogliati-7050135.html

La Nuova di Venezia e Mestre, “Chioggia, cento biglietti a ruba per il tour nei luoghi della serie Netflix “Odio il Natale”, 8/02/2023, https://nuovavenezia.gelocal.it/regione/2023/02/08/news/chioggia_tour_luoghi_serie_netflix_odio_il_natale_san_valentino-12630210/

Lux Vide, “Boom di Odio il Natale 2, la serie tv conquista l’Italia e il mondo!””, 14/12/2023, <https://luxvide.it/news/boom-di-odio-il-natale-2-la-serie-tv-conquista-litalia-e-il-mondo/>

Sara D’Ascenzo, “«Odio il Natale 2», via alla serie in streaming girata a Chioggia: «Rispettato il dialetto»”, in *Corriere del Veneto*, 7/12/2023, https://corrieredelveneto.corriere.it/notizie/venezia-mestre/cultura-e-tempo-libero/23_dicembre_07/odio-il-natale-2-da-oggi-la-serie-in-streaming-girata-a-chioggia-rispettato-il-dialetto-840b57cf-e3f1-4ebc-979e-e484c9960x1k.shtml

Sara D’Ascenzo, “A Chioggia le riprese di Odio il Natale 2, sperando di sentire un po’ di dialetto”, 14/03/2023, https://corrieredelveneto.corriere.it/notizie/cultura-e-tempo-libero/23_marzo_14/a-chioggia-le-riprese-di-odio-il-natale-2-sperando-di-sentire-un-po-di-dialetto-veneto-b83f56e5-948c-4269-a000-be59546b8x1k.shtml?refresh_ce

Veneto Film Commission “Chioggia diventa un set a cielo aperto per un mese di riprese”, 07 dicembre 2021, <https://venetofilmcommission.com/wp->

[content/uploads/2021/12/CS_10_VFC_CHIOGGIA-DIVENTA-UN-SET-A-CIELO-APERTO-.pdf](#)

SITOGRAFIA

ANICA, <http://www.anica.it/>

Cineturismo <https://www.cineturismo.it/index.php>

Comune di Chioggia <https://www.chioggia.org/index.php?lingua=4>
<https://www.fondazioneesc.it/csc-immersive-arts-labs/>

Imdb www.imdb.com

Italian Film Commissions <https://www.italianfilmcommissions.it/>

Italy for Movies <https://www.italyformovies.it/>

Jolefilm <https://www.jolefilm.com/>

Lux Vide <https://luxvide.it/>

Ministero della Cultura – Direzione Generale Cinema e Audiovisivo
<https://cinema.cultura.gov.it/>

New York Times - 52 Places for a Changed World
<https://www.nytimes.com/interactive/2022/travel/52-places-travel-2022.html>

Polesine film commission <https://polesinefilmcommission.it/>

Regione del Veneto <https://www.regione.veneto.it/>

Sede Veneto CSC <https://www.fondazioneesc.it/chi-siamo/le-nostre-sedi/sede-veneto/#:~:text=La%20nuova%20sede%20regionale%20aprir%C3%A0,sostenuto%20dalla%20Veneto%20Film%20Commission>

Treviso film commission <http://www.trevisofilmcommission.it/>

Ufficio Visit Chioggia <https://www.visitchioggia.com/it/>

Veneto film commission – Padova Desk <https://www.padovaconvention.it/it/film-commission-veneto-padova-desk>

Veneto Film Commission <https://venetofilmcommission.com/it/>

Venezia film commission <https://www.comune.venezia.it/it/content/venice-film-commission>

Verona Film Office

https://www.comune.verona.it/nqcontent.cfm?a_id=27542&tt=verona_agid

Vicenza film commission <https://www.vicenzafilmcommission.com/it/>

INDICE DEGLI AUDIOVISIVI CITATI

Cortometraggi

Gente di Chioggia, regia di Basilio Franchina, 1940

Vele chiogiotte, regia di Ubaldo Magnaghi, 1951

Lungometraggi e miniserie tv

Culastrisce, nobile veneziano, regia di Flavio Mogherini, 1976

Faccia d'angelo, regia di Andrea Porporati, 2012

Fotografando Patrizia, regia di Salvatore Samperi, 1984

Io sono Li, regia di Andrea Segre, 2011

L'Andreana, regia di Leonardo Cortese, 1982

L'uomo dagli occhiali a specchio, regia di Mario Foglietti, 1975

La carica delle patate, regia di Walter Santesso, 1979

La moglie del prete, regia di Dino Risi, 1971

La prima notte, regia di Alberto Cavalcanti, 1959

Veneciafrenia, regia di Álex de la Iglesia, 2021

Serie tv

Odio il Natale, regia di CRIC e Laura Chiossone, 2022-2023

Un passo dal cielo, Lux Vide, 2011-2023

We are who we are, regia di Luca Guadagnino, 2020

Spot pubblicitari

A dinner party in Venezia, regia di Francesco Calabrese, Yoox, 2014

DR 6.0 Voyager Suv, DR Automobili, 2022

The 8 and the city of no cars, regia di Daniel Wolfe, BMW, 2018

RINGRAZIAMENTI

Questo lavoro è frutto della fiducia che la Professoressa Giulia Lavarone ha riposto in me, accordandomi libertà sia per quanto riguarda la scelta tematica che le modalità di realizzazione. Tengo a ringraziarla per la sua disponibilità, cura e precisione nelle indicazioni fornitemi.

Essenziali e preziose sono state le parole di Jacopo Chessa, Massimo Fabris e Alessia Boscolo Nata, che ringrazio di cuore. Ognuno di loro mi ha donato punti di vista nuovi, spunti di riflessione, descrizioni dettagliate oltre ad aneddoti e curiosità. Il contatto umano si è rivelato ancora una volta la fonte più preziosa da cui attingere. Inoltre vorrei ringraziare per la disponibilità l'Ufficio Visit Chioggia e Floriano Buono.

Giungo al termine del mio terzo lavoro accademico di ricerca nell'arco di tre anni. Mi sento felice di aver scelto questo percorso universitario, che seppur tra molte difficoltà derivanti da impegni di natura musicale, è stato da subito sorgente fresca di nuovi interessi e orizzonti da immaginare. Nel periodo storico che stiamo vivendo mi sento profondamente fortunata di poter stringere tra le mani questo lavoro e di poter sognare concretamente un domani.

Ringrazio infine la mia famiglia oltre ai miei cari e inossidabili amici. Temo sarà difficile per loro non domandarmi più a cadenza regolare "Ah ma... l'università?". O almeno... per il momento.