Guida pratica alla ricerca di una location cinematografica particolare

Nel mondo della produzione cinematografica, la scelta della location non è mai un fatto secondario: è parte integrante della narrazione, perché una location non fa solo da sfondo, ma *parla*, *riflette*, *nasconde*, *esalta*, ***c**ondiziona* i personaggi e *determina* l'atmosfera del film o del cortometraggio.
Come location manager, il compito è quello di interpretare la sceneggiatura e, in stretta collaborazione con il regista, il direttore della fotografia e lo scenografo, scoprire luoghi reali capaci di diventare luoghi *immaginati*.
Tutto dipende dal genere.

1. COSA DEVE SAPERE UN LOCATION MANAGER PRIMA DI INIZIARE.

- La sceneggiatura completa;
- Una scheda di ogni scena con indicazioni narrative ed emotive;
- Il mood board (collage di immagini, testi e altri materiali che serve a comunicare e definire lo stile, il tono e i concetti di un progetto, come l'interior design, la moda o il branding) visivo, se disponibile;
- Le indicazioni logistiche e produttive (budget, permessi, tempi, sicurezza).

2. LE DOMANDE DA PORSI.

- Che ruolo ha la location nella scena: sfondo o personaggio attivo;
- Che tipo di emozione deve suscitare;
- A quale epoca appartiene la storia;
- Se ci sono elementi simbolici da rappresentare attraverso lo spazio;
- Che tipo di accessibilità, acustica, orientamento e permessi serviranno.

3. RICERCA DI LOCATION PARTICOLARI IN BASE AL GENERE.

Drammatico/Sociale

Obiettivo: autenticità, tensione emotiva, verità quotidiana.
Cosa cercare:

- Luoghi veri, non scenografici;
- Segni di decadimento, usura, storia;
- Ambienti intimi o marginali, capaci di raccontare disagio, solitudine, conflitto;
- Luce naturale, zone d'ombra, tracce di vissuto.

Thriller

Obiettivo: mistero, ambiguità, tensione, nascondimento.
Cosa cercare:

- Ambienti labirintici, asimmetrici, con passaggi nascosti;
- Contrasti tra luce e ombra;
- Luoghi con carattere forte ma inquietante (capannoni abbandonati, palazzi fatiscenti, strade isolate);
- Paesaggi che trasmettano isolamento o segretezza.

Romantico/Sentimentale
Obiettivo: bellezza, intimità, poeticità, nostalgia.
Cosa cercare:

- Luoghi con potere evocativo e dolcezza visiva;
- Ambienti con linee morbide, luce calda, contesti silenziosi;
- Elementi simbolici: fiumi, tetti, stazioni, piazze, finestre, vecchi bar:
- Colori dominanti coerenti con il mood (pastello, oro, blu notte).

Commedie/Satira
Obiettivo: contrasto, ritmo, assurdo quotidiano, riconoscibilità.
Cosa cercare:

- Luoghi verosimili ma con un twist (es. un condominio con strane regole, una stazione di polizia inadeguata, un bar fuori dal tempo);
- Ambienti che amplifichino i contrasti tra i personaggi;
- Spazi troppo piccoli o troppo grandi, con presenza di oggetti buffi o sproporzionati;
- Quartieri, case, uffici "tipici", ma con qualcosa di anomalo.

Horror/Fantastico/Soprannaturale
Obiettivo: inquietudine, presenza invisibile, spazio instabile.
Cosa cercare:

- Luoghi ambigui, decadenti, simbolici;
- Abitazioni isolate, corridoi stretti, ambienti claustrofobici o troppo ampi;
- Simmetrie inquietanti (come in Kubrick), ambienti con memoria di eventi passati;
- Contrasto tra la bellezza del luogo e il male che lo abita.

Storico d'epoca
Obiettivo: fedeltà visiva, coerenza temporale, atmosfera d'altri tempi.
Cosa cercare:

- Architetture originali d'epoca (senza elementi moderni);
- Vie con pavimentazione autentica, edifici non restaurati troppo modernamente;
- Interni coerenti (porte, finestre, infissi, pavimenti);
- Presenza di oggetti scenici compatibili (pozzi, scale, portoni, camini).

4. METODI E FONTI PER LA RICERCA DI LOCATION PARTICOLARI.

Tradizionali

- Esplorazione a piedi o in auto, macchina fotografica alla mano;
- Colloqui con residenti, sindaci, parroci, artigiani;
- Archivi fotografici locali, documentari regionali;
- Guide turistiche non convenzionali.

Digitali

- Google Maps + Street View (con tag per punti d'interesse);
- Archivi di Film Commission (regionali, nazionali);
- Piattaforme di location scouting online (es. Peerspace, SetScouter, LocationsHub);

- Gruppi Facebook per fotografi urbex / urbani;
- App per urban explorer (es. “Wikiloc”, “ViewRanger”).

5. CARATTERISTICHE TECNICHE DA VALUTARE SEMPRE.

- Accessibilità per mezzi, crew, attrezzatura;
- Permessi e proprietà (pubblico, privato, demaniale);
- Presenza di corrente elettrica e servizi;
- Rumori ambientali (treni, traffico, campane, cani);
- Orientamento solare per il DOP;
- Controllabilità del luogo (persone, passaggi, sicurezza).

6. COME DOCUMENTARE E PRESENTARE UNA LOCATION.

- Foto dettagliate da più angolazioni;
- Breve video dettagliato;
- Mappa di localizzazione + punti d’ingresso;
- Scheda tecnica con:
    - Proprietario e suoi contatti;
    - Richiesta economica;
    - Permessi già ottenuti;
    - Annotazioni (es. presenza di animali, stato strutturale, distanza da hub logistici).

Suggerimento: crea un “location book” in PDF da inviare a regista, al DOP (Director of Photography, Direttore della Fotografia) e allo scenografo.
Il location manager NON è solo un cercatore di spazi, ma un lettore visivo della sceneggiatura, un narratore con la macchina fotografica in mano, un tecnico, un diplomatico... e un sognatore.
Trovare la location giusta, nel genere giusto, può salvare l’intero film o cortometraggio, dando identità visiva e narrativa a ogni scena.