

Rimini città-bottega: una geografia culturale del commercio riminese nel cinema

Dopo aver visionato decine di pellicole ambientate e girate a Rimini (ma non solo) ho maturato alcune convinzioni. Nel cinema ambientato a Rimini e dintorni, il commercio non fa solo da sfondo: è l'ossatura materiale e simbolica della Riviera. Nelle storie ambientate in riviera, le attività commerciali diventano spazi identitari, riconoscibili come pochi altri luoghi urbani in Italia. La Riviera appare come un lungo sistema continuo di attività commerciali, una sequenza ininterrotta di presenze che modellano la vita sociale e influenzano la narrazione e il paesaggio. Il cinema riminese è spesso un cinema del quotidiano. Per questo le opere scelgono luoghi che non sono monumenti né piazze solenni, ma esercizi di prossimità: gelaterie (Nuovo Fiore, Pellicano Mare, Della Fontana), piadinerie (La Piada e il Mare), alimentari, macellerie di quartiere (via Michele Rosa), latterie (Vecchia Pescheria), edicole (piazza Cavour, viale Vespucci), tabaccherie (Tintori, Frutteti, 45 MO.MI.). Questi spazi svolgono la stessa funzione che i caffè ebbero nella narrativa ottocentesca: sono i luoghi di passaggio e di sosta in cui la trama si addensa, in cui si ascoltano i commenti, si osservano i personaggi, si manifesta l'atmosfera sociale. Ci sono esercizi commerciali che, grazie alla loro persistenza o alla loro posizione spettacolare, diventano vere e proprie icone narrative, quasi dei personaggi secondari dei film.

Su tutti:

- Rock Island, presente in otto produzioni, da *La prima notte di quiete* a *La ricetta della felicità*: luogo liminale, sospeso tra mare e città, ponte ideale tra il romanticismo inquieto degli anni '70 e la serialità contemporanea.
- Bar Nettuno, tre presenze, emblema del "bar sul mare" come rito quotidiano e spazio di incontro.
- Gelateria Nuovo Fiore, punto cardine nella geografia sentimentale ed edonistica.
- Bar Souvenir, che conserva nel nome la sua funzione di "emblema turistico", ponte tra la Rimini dei villeggianti estivi e quella dei residenti invernali.

Sono luoghi che trascendono la semplice funzione commerciale: diventano scenografie emotive, custodi di un immaginario turistico e al tempo stesso profondamente locale. La Riviera, fin dagli anni '80, rappresenta nel cinema un grande palcoscenico notturno. Le discoteche – Peter Pan, Baia Imperiale, Altro Mondo Studios, Cocoricò, Paradiso, Velvet – costituiscono una rete di luoghi-mito che definisce la geografia simbolica dell'intrattenimento italiano. In queste pellicole le discoteche non sono solo luoghi di ballo: sono arene sociali, dove emergono tensioni generazionali, desideri, metamorfosi, e dove il commercio diventa cornice di liberazione, competizione o scontro.

L'elemento più rilevante è forse che Rimini, nel cinema, non ha un solo centro di gravità, ma molti. La città è rappresentata come un arcipelago di micro-luoghi commerciali:

- Marina Centro, con bar, piadinerie e attività turistiche.
- Le vie interne, con alimentari, tabaccherie, negozi tradizionali.
- La zona dei lungomari (Tintori, Vespucci, Dante a Riccione) come spine dorsali della vita stagionale.
- I quartieri limitrofi e le aree dell'entroterra (Poggio Torriana, Novafeltria) che portano un'idea di "Rimini allargata".

In questo senso il commercio crea una geografia emozionale orizzontale, in cui ogni spazio di vendita diventa anche un punto di orientamento affettivo. Molti film mostrano attività commerciali come luoghi di fatica, precarietà, ricostruzione, ricominciare: officine, piadinerie modeste, panifici, negozi di articoli da mare, mercati, officine del divertimento. La Riviera appare così come una città che lavora mentre gli altri si divertono. Questa ambivalenza – lavoro/stagionalità, residenti/turisti – è una delle chiavi più forti della sua rappresentazione cinematografica.

Un altro tratto distintivo rimane la costante vicinanza del commercio con il mare:

- chioschi della spiaggia,
- bar sul molo,
- locali "sospesi" sull'acqua (Rock Island),
- negozi e piadinerie lungo i viali a mare.

Il commercio diventa così una forma di urbanizzazione del litorale, un modo per abitare il mare e trasformarlo in ritmo sociale. I film, inoltre, diventano anche un archivio visivo della Rimini che cambia:

- attività scomparse (Standa, negozio Da Renato, Divarese, Lydia Boutique, etc.),
- trasformazioni di locali storici (Belvedere → Rock Island; ristorante dei Marinai → Avamposto),
- discoteche oggi scomparse o mutate.

Il cinema costruisce una memoria commerciale della città, documentando ciò che non esiste più, ma continua a vivere nell'immaginario. La Rimini che emerge da decenni di cinema è una città che si riconosce nelle sue insegne: le luci delle discoteche, le vetrine dei negozi, le cabine dei chioschi, le insegne al neon lungo i viali del mare. Il commercio diventa la forma stessa della città, la sua grammatica urbana. Non un semplice sfondo, quindi, ma la trama culturale che tiene insieme personaggi, emozioni e paesaggi; un museo a cielo aperto fatto di luoghi che vendono, che servono, che accolgono e che raccontano, a chi sa guardare, la lunga storia di una Riviera che vive di relazioni, di passaggi, di incontri.

Andrea Santangelo