

Conferenza nell'ambito della mostra "Mercanti si diventa"
Venerdì 28 febbraio, ore 18:00 – Sala delle aste, Palazzo Mercantile

Il perfetto mercante



Jan Gossaert (1478-1532), *Ritratto di un mercante*

Nel XVII secolo Jacques Savary descrive il perfetto mercante come un uomo onesto, gentile, affabile, dotato di senso logico, con solide conoscenze matematiche, nonché timorato di Dio. Inoltre il mercante doveva avere buone doti organizzative, fiuto per gli affari e un pizzico di fortuna: caratteristiche non tanto diverse da quelle necessarie oggi per favorire il successo di un'impresa.

Durante l'incontro **Stefano Locatelli** illustrerà alcuni aspetti legati agli studi teorici e pratici dei mercanti nei secoli scorsi, mentre **Federico Pigozzo** approfondirà alcuni principi di saggezza a cui il mercante oculato e previdente doveva conformarsi.

Helmut Rizzoli presenterà la mostra "Mercanti si diventa".

Modererà l'incontro Elisabetta Carnielli.

Da bottegaio a mercante di fiera. Chi lo vuole diventare deve formarsi

Helmut Rizzolli

La prima enciclopedia per mercanti a trattare le cosiddette scienze commerciali fu l'opera di Jacques Savary (1622-1690) *Le Parfait Négociant*, pubblicata nel 1675 a Parigi. Secondo Savary, per diventare un buon mercante bisognava essere timorati di Dio, onesti, gentili, dotati di senso logico e possedere solide basi matematiche. Nei 67 capitoli che compongono l'opera, l'autore spiega inoltre i principi di contabilità, inventariazione, apprendistato, crediti, dogane e trasporti. Inoltre, Savary illustra come aprire e gestire una manifattura e controllare filiali molto distanti e come comportarsi in caso di bancarotta.

Il successo e la fama di un mercante e della sua impresa mercantile si ottenevano quindi con lo studio, la pratica, la dedizione ma anche grazie al buon fiuto negli affari, alla capacità di approfittare delle congiunture, alle doti di resilienza, a un pizzico di fortuna e talvolta a un buon matrimonio.

Bolzano, favorita dalla sua posizione geografica, era fin dal Medioevo sede di mercati annuali frequentati soprattutto da mercanti a lunga distanza provenienti dalla Germania meridionale e dall'Italia centro-settentrionale. Fu grazie agli Statuti concessi dall'arciduchessa Claudia de' Medici nel 1635 e all'istituzione del Magistrato Mercantile, tribunale commerciale bilingue, snello ed efficiente, che la piazza fieristica bolzanina diventò per gli operatori commerciali, un luogo privilegiato dove concludere i propri affari. In questo scenario si affacciano sulla scena bolzanina anche gli operatori locali, che fino ad allora avevano approfittato delle fiere per affittare locali, gestire attività di accoglienza, o artigiane e che invece adesso si mettono in affari e cominciano a gestire vere e proprie imprese familiari.

Verranno descritti l'ascesa e la fine di tre ditte fieristiche di Bolzano: quella del commerciante di Augusta David Wagner (1560-1637), quella del mercante e costruttore Franz Anton Pock (1704-1779) e quella la famiglia Kager di Salorno.

Helmut Rizzolli si è laureato in Economia e commercio presso l'Università di Firenze e ha conseguito il dottorato in Storia presso l'Università di Innsbruck. Nel 2000 ha ottenuto l'abilitazione all'insegnamento di Archeologia Medievale e dell'Età Moderna all'Università di Innsbruck dove gli è stato conferito il titolo di Professore onorario. È Presidente dell'*Heimatschutzverein* e Presidente onorario della Fondazione Castelli di Bolzano, per la quale ha curato numerose mostre e una collana di pubblicazioni scientifiche, gli Studi storico culturali di Castel Roncolo. Ha pubblicato importanti monografie e contributi scientifici riguardanti la storia economica e quella dei costumi tradizionali. È membro del Comitato scientifico del Museo Mercantile di Bolzano.

Dalla scuola alla bottega. La formazione del mercante tra libri d'abaco e pratiche di mercatura

Stefano Locatelli

Dalla fine del XIII secolo, l'Europa occidentale vide emergere la figura del “mercante sedentario”, un uomo d'affari che gestiva il commercio a lunga distanza attraverso una rete di agenti e corrispondenti, senza spostarsi da una piazza commerciale all'altra. In questo nuovo contesto, la scrittura divenne uno strumento essenziale per condurre gli affari, come ben illustrato nel *Ritratto di un mercante* di Jan Gossaert (1478-1532), che raffigura un uomo circondato da documenti, strumenti di calcolo e libri contabili.

Anche la formazione mercantile dovette adattarsi a questa importante novità, articolandosi in due luoghi principali: la scuola e la bottega. Le scuole d'abaco, nate tra XIII e XIV secolo, insegnavano ai giovani a utilizzare il sistema numerico indo-arabo e le tecniche di calcolo necessarie per il commercio. I libri d'abaco, manuali didattici compilati dai maestri, raccoglievano problemi matematici pratici, spesso risolti in modo discorsivo per facilitarne la memorizzazione da parte degli alunni. Parallelamente, nelle botteghe i giovani apprendisti ricopiavano le pratiche di mercatura, ossia raccolte di informazioni su pesi, misure, valute e consuetudini mercantili, consolidando in questo modo le loro competenze operative.

Attraverso esempi tratti dalla documentazione superstite di età tardomedievale e rinascimentale, questa presentazione analizzerà i caratteri principali e il ruolo centrale dei libri d'abaco e delle pratiche di mercatura nell'educazione del mercante del tempo che, come già sottolineava Leon Battista Alberti, doveva “sempre scrive ogni cosa” per aver successo negli affari. Al di là di monete, prodotti e profitti, era dunque il sapere scritto la sua vera ricchezza.

Stefano Locatelli è uno storico economico dell'Europa e del Mediterraneo di età medievale, specializzato nella storia monetaria della penisola italiana tra il 1200 e il 1500. Dopo essersi diplomato presso la Scuola di Archivistica, Paleografia e Diplomatica dell'Archivio di Stato di Milano, ha conseguito il dottorato di ricerca (PhD) in Storia economica e sociale presso la University of Manchester. Ha ottenuto diverse borse post-dottorali presso enti di ricerca italiani e internazionali, tra cui l'Italian Academy for Advanced Studies della Columbia University. Attualmente è Marie Curie Fellow presso l'Università Statale di Milano e la Fordham University di New York, dove lavora al progetto EduMoney, dedicato all'analisi digitale dei libri d'abaco e delle pratiche di mercatura di area toscana. Da anni collabora e coordina attività con il British Museum e la Princeton University.

La saggezza del mercante

Federico Pigozzo

La cultura del mercante era costruita da nozioni di calcolo, da esperienza nel valutare la qualità delle merci, da approfondite conoscenze su tariffe daziarie, unità di misura, usi contrattuali. Esistevano poi delle “leggi” non scritte nei trattati commerciali o nelle tabelle di cambio, ma ugualmente ben impresse nella mente di chiunque si avvicinasse al mondo degli affari. Si tratta di regole di saggezza, utilissime per interagire con uomini di lingua e cultura diverse, indispensabili per rimanere a lungo e con profitto nel mondo degli affari.

La curiosità, l’apertura mentale, la disponibilità ad imparare anche in età avanzata sono il segreto del successo per chiunque facesse impresa. Del resto nel linguaggio italiano antico “imprendere” significa proprio “imparare”. In questo senso lo sguardo del mercante è avido di nuove conoscenze, rapido nell’individuare nuove opportunità di guadagno: un cambio di governo in uno stato remoto può aprire nuove vie commerciali, l’apertura di una miniera a migliaia di chilometri può far crollare il prezzo di un bene, l’introduzione di una nuova pianta dall’Oriente può rendere meno caro l’acquisto di una spezia. Per questo nella cultura del buon mercante non mancano nozioni di religione, astronomia, politica, botanica, geografia, storia dell’arte, chimica e molto altro.

Un altro aspetto da tenere nella massima considerazione è l’abilità nel gestire i rapporti interpersonali: l’arte di saper tenere a freno la lingua è essenziale, sia per non suscitare reazioni negative, sia per non rivelare i propri punti forza. Il mercante sa gestire le trattative come un giocatore di scacchi, che muove con prudenza le proprie pedine. L’arte di parlare con garbo e gentilezza è fondamentale come l’arte di tacere al momento opportuno. Infine il mercante deve saper programmare la propria vita non in funzione del successo immediato. L’uomo d’affari ha un progetto di vita per l’intera esistenza: costruisce pian piano il proprio successo, accumula le ricchezze quando è all’apice delle forze e degli affari, gestisce con oculatezza le risorse negli anni del declino. Il consumo smodato e l’ostentazione della ricchezza portano al rapido esaurimento delle risorse.

Federico Pigozzo si è laureato in Economia e Commercio e in Storia ed ha poi conseguito la specializzazione in Storia Medievale. È Presidente della Deputazione di Storia Patria per le Venetie ed è titolare dell’insegnamento di Scienze Ausiliarie nel Corso di specializzazione per archivisti organizzato nell’ambito della Scuola di archivistica, paleografia e diplomatica dell’Archivio di Stato di Venezia. Ha dedicato alcune sue ricerche all’attività degli operatori economici medievali impegnati a vario titolo nel prestito e nella compravendita di denaro. Ha pubblicato numerosi saggi per riviste specializzate come «Atti e Memorie della Deputazione di Storia Patria per le Provincie di Romagna», (2006); «Studi Veneziani», (2007); «Notiziario dell’Associazione nobiliare Regionale Veneta», (2021); «Archivio Veneto», (2024).