

## LA CULTURA DEL MERCANTE MEDIEVALE

### 1. Introduzione

Il panorama sociale ed economico bassomedievale si presenta, nella realtà dei fatti, estremamente variegato e dinamico. Si tratta, soprattutto nella parte centro-settentrionale della penisola italiana, di un caleidoscopio di soggetti istituzionali capaci di divenire il nuovo motore della finanza e della produzione letteraria laica. Al contrario di quanto i più possano pensare, già dal Duecento, la cultura e la scrittura non furono più a singolo appannaggio del colto clero, ma si diramarono in quella parte della società attiva tanto politicamente, quanto economicamente: la realtà mercantile, capace di ritagliarsi un peso specifico non indifferente e di assumere un ruolo egemone nei secoli finali dell'età di mezzo. In un mondo dinamico come quello medievale il commercio e la finanza viaggiavano indubbiamente di pari passo con l'apprendimento e con la cultura. Il ceto affaristico dovette dimostrare di essere non solo in grado di fare propria l'attività intellettuale, ma persino di elaborarne una del tutto nuova, fondandola su ciò che rendeva il mondo mercantile parte integrante delle attività economiche: la precisione e il realismo. Sicuramente l'esempio più noto e forse più importante che si può citare è Giovanni Boccaccio, il quale si spese, negli anni della sua iniziale formazione, nell'apprendimento dell'attività commerciale presso il banco dei Bardi. L'attenzione al realismo tipica del ceto affaristico è perfettamente riscontrabile nei suoi scritti, sia all'interno della celebre raccolta di novelle che è il *Decameron*, sia in tutte le sue altre opere. Il novelliere si dimostrò un perfetto testimone dell'epopea mercantesca e di come la nuova cultura fosse in grado di plasmare il mondo, diventando l'ultima grande manifestazione della civiltà medievale. La realtà è parte integrante della composizione boccacciana e le descrizioni in essa presenti sono senza dubbio estremamente credibili, capaci di rappresentare il mondo reale attraverso lo sguardo del commerciante intento a riportare su carta i propri affari, ma anche le realtà sociali con le quali entrava in contatto, i viaggi, i luoghi, gli scambi e soprattutto le persone. Sono i personaggi a fornire il più importante spaccato reale all'interno delle opere, indirizzate a loro volta ad un pubblico di estrazione mercantile presso il quale dovevano risultare credibili oltre che veritiere. Era senza dubbio importante riportare personaggi ed ambientazioni il più attendibili possibile agli occhi dei propri lettori, descrivendo nelle novelle anche scene di vita quotidiana.

### 2. Dall'arte alla politica: le influenze della cultura mercantile.

Se Boccaccio resta il più illustre degli esempi possibili, fu l'intero ceto commerciale a comprendere l'importanza della produzione scritta, a tal punto da farsi costantemente ritrarre nell'atto di redigere libri o documenti commerciali<sup>1</sup>.

La mole degli scritti e la loro tipologia evidenziano come, nel XIV secolo, commercianti e banchieri arrivino a occupare posizioni di grande rilievo all'interno dei governi cittadini e ad assumere un ruolo egemone all'interno della sfera politica. I *mercantores*, governando le repubbliche e dinastizzando le cariche, accentrarono nelle loro mani quelli che, fino a poco più di un secolo prima, erano organi soggetti a rotazione. Questa nuova presa di coscienza politica del ceto finanziario fu possibile grazie alla sua ascesa economica, accompagnata dalla creazione di una nuova cultura, nella quale era fondamentale esprimere un'abitudine alla scrittura all'interno di tutti i campi in cui il mercante-banchiere operava: da quello professionale, a quello politico. Il mercante così facendo leggeva e scriveva, creando una coscienza mercantile e un modo tutto pratico di vedere il mondo. Non vi erano argomenti che esulavano dall'applicazione pratica che il mercante poteva farne: un esempio è la geografia, divenuta ambito di estremo interesse per una classe sociale sempre in viaggio. Estremamente interessanti sotto questo punto di vista sono alcuni resoconti, come quello del mercante castigliano Pietro Tafur, intenzionato a sottolineare con grande senso pratico la correlazione tra le attività umane e le caratteristiche naturali del territorio genovese visitato durante un viaggio<sup>2</sup>. Molto più politici sono gli scritti, sempre relativi a Genova, di due ambasciatori di estrazione commerciale: il fiorentino Giannozzo Manetti e il borgognone di origine genovese Anselmo Adorno. Il primo esaltava le virtù repubblicane redigendo un trattato prettamente propagandistico<sup>3</sup>, mentre il secondo descriveva in maniera particolareggiata la composizione della società cittadina.<sup>4</sup> Furono i mercanti dunque a ricoprire il ruolo di ambasciatori, soprattutto in quell'ambito repubblicano che spesso consentì loro di istruirsi e di dotarsi di conoscenze geografiche e politiche. Le risorse umane e le avanzate tecniche commerciali erano in grado di facilitare i contatti e di amplificare l'efficienza delle ambascerie: ecco perché nel corso del Quattrocento divenne prassi sempre più comune affiancare la "diplomazia politica" con la "diplomazia mercantile"<sup>5</sup>. Le rappresentanze comunicavano e trasmettevano informazioni tramite agenti non ufficiali, identificati nella maggior parte dei casi con mercanti-banchieri intenti a compiere spostamenti all'estero.

---

<sup>1</sup> BRANCA V., *Mercanti scrittori. Ricordi nella Firenze tra Medioevo e Rinascimento*, cit., p.17.

<sup>2</sup> PETTI BALBI G., *Genova medievale vista dai contemporanei*, cit., p.37

<sup>3</sup> Ivi, p.37.

<sup>4</sup> PETTI BALBI G., *Una città e il suo mare. Genova nel medioevo*, cit., p.54.

<sup>5</sup> LAZZARINI I., *I circuiti mercantili della diplomazia italiana nel Quattrocento*, in *Il governo dell'economia. Italia e Penisola Iberica nel basso medioevo*, a cura di TANZINI L. e TOGNETTI S., cit., p.162.

Non è raro, per il XV secolo, trovare nei dispacci diplomatici accenni ad “advisi” provenienti da fonti come le “lettere de merchatanti”<sup>6</sup>. Grazie alle tecniche di comunicazione, alla vasta cultura e ai rapidi collegamenti garantiti fra i vari empori commerciali, i mercanti erano in grado di far viaggiare le informazioni in maniera molto rapida e con una diffusione capillare estremamente efficace. Convogli navali e carovane terrestri erano in grado di trasportare merci deperibili in maniera estremamente rapida così come anche di consegnare lettere, documenti ed informazioni, commerciali o politiche. Sicuramente le competenze legate all’apprendimento della sottile arte della negoziazione, sostenuta da un multilinguismo necessario ai commerci, permisero l’accesso alla politica estera a personaggi in grado di manifestare forti conoscenze legate alla propria professione. Tutto questo è ancora più riscontrabile in contesti repubblicani, ambiti nel quale l’élite politica fu sicuramente molto più avveza ad esercitare la propria influenza sia nei settori mercantili e finanziari, sia in quello delle funzioni pubbliche<sup>7</sup>. La Repubblica Fiorentina, a cavallo dei secoli XIV e XV, rappresentò una circostanza molto interessante da poter osservare: le personalità scelte per le missioni diplomatiche non potevano prorogare il loro soggiorno all’estero oltre il tempo stabilito, se non dopo esplicita richiesta da parte dei Priori. Questo sistema cercava di evitare il perseguimento di obiettivi personali distanti dalla linea governativa.<sup>8</sup> Le missioni più delicate erano affidate, nella stragrande maggioranza dei casi, a personalità eminenti, provenienti soprattutto dall’élite finanziaria fiorentina avveza a contatti con le più importanti autorità straniere. Eppure in molte altre situazioni è possibile constatare come la partecipazione alle ambascerie fosse composita, con equa partecipazione di soggetti di estrazione tanto magnatizia, quanto popolare, identificabili nei documenti grazie alle indicazioni relative ai mestieri o alla parrocchia di provenienza<sup>9</sup>.

Questo consente di appurare quanto la cultura mercantile fosse divenuta un imprescindibile mezzo di comunicazione anche per quel che concerne i canali ufficiali. L’espansione del commercio e le innovazioni pratiche elaborate da chi per lavoro faceva della comunicazione rapida un’esigenza, avevano plasmato la cultura e persino la diplomazia. Dalle steppe dell’Asia centrale passando per i porti egiziani e le città italiane fino alle Fiandre, i sistemi commerciali avevano rinnovato le cancellerie e gli scritti. Come nel caso del Boccaccio, le opere di fantasia riportavano con estrema accuratezza il mondo osservato con piglio mercantile, mentre allo stesso tempo i documenti ufficiali subivano un influsso decisivo da parte delle “lettere de merchatanti”, assorbendone l’accuratezza e la

---

<sup>6</sup> INFELISE M., *La circolazione dell’informazione commerciale*, in *Commercio e cultura mercantile*, a cura di FRANCESCHI F., GOLDTHWAITE R.A., MUELLER R.C., cit., p.501.

<sup>7</sup> LAZZARINI I., *Mercatura e diplomazia: itinerari di mobilità sociale nelle élite italiane (qualche esempio fiorentino, XV secolo)*, in *La mobilità sociale nel Medioevo italiano* a cura di TANZINI L. e TOGNETTI S., cit., p.275.

<sup>8</sup> FUBINI R., *Classe dirigente ed esercizio della diplomazia nella Firenze quattrocentesca*, in *I ceti dirigenti nella Toscana del Quattrocento*, cit., p.137.

<sup>9</sup> Ivi, pp.141-142.

precisione, oltre alla praticità delle formule. Molti commercianti iniziarono così ad assumere incarichi sempre più rilevanti all'interno della politica cittadina, soprattutto sui palcoscenici repubblicani, caratterizzati da cariche assegnate a rotazione. Se nel corso del Duecento questa presenza mercantile poteva essere vista come un allargamento della base politica, dalla seconda metà del secolo successivo fino a tutto il Quattrocento il ceto commerciale agì in maniera opposta, assumendo posizioni egemoniche e cercando in molti casi di insignorirsi all'interno della realtà nella quale agiva. L'evolversi della situazione socio-economica evidenzia come il Medioevo fu un'epoca tutt'altro che statica, nella quale il ricambio delle élite poteva portare a contrasti e a successive evoluzioni del linguaggio politico.

L'ascesa del nuovo ceto non si rifletté esclusivamente sugli ambiti politici ed economici: la sfera culturale divenne una delle maggiori espressioni del potere mercantile, tanto all'interno delle mura cittadine, quanto nelle campagne del contado. Lo spazio della città venne riconcepito a cavallo dei secoli presi in esame, quando le sempre più potenti famiglie di estrazione finanziaria diedero inizio a tutta una serie di ampliamenti dei monumenti, allo scopo di celebrare il loro ruolo egemone in città. Palazzi pubblici, residenze private, nuove chiese e persino cattedrali divennero oggetto di enormi investimenti col fine di donare un aspetto più imponente agli agglomerati urbani.<sup>10</sup> I remunerativi affari nel Nord Europa portarono in contatto i banchieri toscani con la scena pittorica fiamminga, il cui stile consentì ai commercianti di elaborare un linguaggio artistico del potere capace di veicolare una forte legittimazione, comprensibile persino ai signori del Ducato di Borgogna<sup>11</sup>. La preparazione tecnica concesse ai mercanti provenienti dalla penisola italiana, soprattutto dalla Toscana, di inserirsi all'interno degli assetti commerciali fiamminghi, mentre la ricerca artistica garantì ai nuovi arrivati la facoltà di esprimersi attraverso linguaggi perfettamente riconoscibili dalla corte locale, la quale preferì avvalersi dei servizi finanziari di questi ultimi, aumentando il loro prestigio all'interno delle meccaniche del commercio continentale. L'investimento nella costruzione di nuove residenze e nell'assunzione di pittori stranieri, intenti a rappresentare i nuovi mecenati di estrazione commerciale, dovevano fungere da propaganda volta a legittimare l'ascesa in ambito economico e politico.

### 3. *L'istruzione dei "mercatores"*

---

<sup>10</sup> SAPORI A., *Il mercante italiano nel Medioevo*, cit., p.12

<sup>11</sup> VERATELLI F., *L'arte della promozione sociale. Uomini d'affari toscani come clienti degli artisti fiamminghi*, in *La mobilità sociale nel Medioevo italiano* a cura di TANZINI L. E TOGNETTI S., cit., p.403.

Fin dai primi del Duecento, il nuovo ceto cercò di istituire un proprio percorso formativo indirizzato ai giovani figli dei commercianti, i quali un giorno avrebbero ereditato le aziende di famiglia. Era necessario che i mercanti fondassero delle scuole, capaci di impartire ai futuri *mercatores* tutte le nozioni necessarie per intraprendere l'attività. Questo portò ad un iniziale contrasto con le istituzioni ecclesiastiche, da sempre la principale fonte di cultura e di istruzione del mondo medievale. Eppure, per il ceto finanziario, la formazione al lavoro doveva necessariamente passare dalla laicizzazione dell'istruzione: nacquero così le prime "botteghe" o "botteguzze", come le note scuole mercantili a Firenze. Si trattava di istituti particolarmente artigianali dove il padre stipulava un contratto con il maestro quando il giovane scolaro aveva più o meno sette anni<sup>12</sup>. Qui il futuro "*mercator*" imparava, in un ambiente tutt'altro che facile, a leggere, a scrivere, a far di conto e i primi rudimenti del latino<sup>13</sup>. Le punizioni impartite dal maestro e le aspettative del genitore, intento a pagare profumatamente la formazione del figlio, dovevano pesare non poco sulla coscienza del ragazzo, il quale si esercitava prima nella lettura e successivamente nell'apprendimento delle regole grammaticali più complesse, accompagnandole successivamente con lo studio dell'abaco e del latino<sup>14</sup>. La scuola d'abaco impartiva agli alunni la capacità di esercitare calcoli molto precisi, sempre legati però a situazioni reali ed estremamente comuni all'interno degli ambiti commerciali, come ad esempio i calcoli legati alle unità di misura o ai pesi delle varie monete. Gli elementi di calcolo non erano percepiti in astratto, ma erano associati a determinazioni quantitative di tempo, di spazio, di valore e di quantità.<sup>15</sup>

La parte più importante della formazione del nuovo commerciante restava però l'esperienza diretta nel fondaco, dove l'apprendista imparava davvero cosa volesse dire svolgere il lavoro. Il bene più prezioso messo a disposizione del tirocinante era l'esperienza: il contatto con i clienti e la registrazione delle note legate ai traffici erano le nozioni più gelosamente custodite dalle compagnie mercantili, dunque quelle più importanti da far apprendere ai giovani. Proprio per questo, l'apprendistato veniva svolto in molti casi all'interno dell'azienda di famiglia e presso uno dei fondaci situati all'estero, sotto la guida dei propri mandanti capaci di controllare la chiusura di ogni affare. Questa esperienza aveva il compito di formare il futuro *mercator* alla pratica del mestiere e di apprendere tutte le tecniche fondamentali al corretto svolgimento della compravendita, mettendo in pratica quanto imparato sui libri, rodando le tecniche e stabilendo nuovi contatti. Sulle piazze estere il giovane imparava anche lingue completamente diverse dalla sua, grazie alle quali intratteneva affari con i clienti provenienti dalle più disparate piazze europee e le impiegava poi come mezzo per la sua

---

<sup>12</sup> KLAPISCH-ZUBER C., *Le chiavi fiorentine di Barbablù: l'apprendimento della lettura a Firenze nel XV secolo*, in *Quaderni Storici*, cit., p.774

<sup>13</sup> TUCCI U., *La formazione dell'uomo d'affari*, in *Commercio e cultura mercantile* a cura di FRANCESCHI F., GOLDTHWAITE R.A., MUELLER R.C., cit., p.481.

<sup>14</sup> KLAPISCH-ZUBER C., *Le chiavi fiorentine di Barbablù* cit., p.781.

<sup>15</sup> TUCCI U., *La formazione*, cit., p.484.

scalata sociale. Proprio l'utilizzo dei vari idiomi locali nella conclusione degli scambi commerciali portò queste lingue a comparire anche nei documenti ufficiali, sottolineando come la cultura mercantile, caratterizzata da praticità e da dinamicità, stava diventando una delle forze caratterizzanti degli ultimi secoli del Medioevo, soprattutto sul palcoscenico delle istituzioni cittadine<sup>16</sup>. I giovani *mercatores* dovevano dimostrare di saper diventare degli estremi conoscitori delle realtà locali nelle quali si trovavano ad operare, conoscenze che avrebbero poi portato con sé tutta la vita. Le esperienze maturate sul campo portarono successivamente alla composizione di opere scritte che, come abbiamo visto, erano spesso caratterizzate dall'estremo realismo tipico del ceto commerciale. Spesso infatti i mercanti erano molto precisi sui dati delle città nelle quali erano nati o che avevano frequentato per lavoro, arrivando a fornire informazioni credibili sulla popolazione e sulle tassazioni. Se non si può essere completamente certi dell'esattezza di questi numeri, non resta che constatare quanto fossero incredibilmente vicini al reale<sup>17</sup>.

#### 4. *Il mercante scrittore*

L'esperienza accumulata nella pratica del mestiere veniva poi utilizzata per la stesura dei cosiddetti "manuali di mercatura": veri e propri libri che ogni buon mercante doveva conoscere per essere preparato alla professione. Queste composizioni erano ricche di informazioni sulle questioni commerciali, ma anche sulle informazioni geografiche e politiche dei luoghi maggiormente toccati dai viaggi d'affari. Il più famoso di questi manuali è, senza dubbio, quello di Francesco di Balduccio Pegolotti, attivo nella prima metà del Trecento presso la compagnia fiorentina dei Bardi.

Lo sviluppo di una cultura legata a doppio filo con la pratica commerciale non si rifletté solo nei manuali, ma anche in un'incredibile mole di registrazioni. Il mercante, come abbiamo visto, era intrinsecamente legato all'attività di scrittura e nella realtà dei fatti egli annotava ogni attività svolta dalla propria impresa, dal suo banco o dai suoi empori. I mezzi sui quali egli classificava tutte le spese, i dettagli e gli spostamenti erano i cosiddetti "libri segreti".

Molti di questi esemplari sono giunti fino a noi, circostanza in grado di sottolineare quanto la loro conservazione fosse vitale per tutti i soci del banco o del consorzio che li redigeva. Questi volumi erano talmente importanti da essere consultati persino dai sindaci preposti al fallimento in caso di dissesto finanziario dell'attività, in modo da poter precisare con cura i diritti dei creditori in relazione

---

<sup>16</sup> PIRENNE H., *Le città del Medioevo*, cit., p.155.

<sup>17</sup> SAPORI A., *Il mercante*, cit., p.102.

alla bancarotta.<sup>18</sup> I libri segreti delle varie aziende hanno rivelato agli storici quanto il mercante medievale fosse preciso nella rendicontazione: egli non voleva e non poteva permettersi di approssimare, calcolava infatti in maniera perfetta gli interessi, i guadagni, le spese e le scadenze.<sup>19</sup> La scrittura era un'attività e una conoscenza profondamente insita nella figura del *mercator*, tanto nel campo lavorativo, quanto nella sfera privata. In questo ambito possiamo collocare le “ricordanze personali”, narrazioni atte a riportare tutto quello che poteva accadere intorno all'azienda: dagli avvenimenti politici alle evoluzioni del commercio, fino alle vicende strettamente legate alla famiglia di appartenenza, la quale, nella maggioranza dei casi, era anche la proprietaria del banco. Le conclusioni più interessanti legate a queste fonti sono le osservazioni personali del redattore: conscio del fatto che il testo sarebbe rimasto ad uso personale se non familiare, si abbandonava ad impressioni proprie estremamente sincere. Il mercante era certo che esterni non avrebbero frugato tra queste pagine. Questi libri di famiglia furono una vera e propria espressione della cultura mercantile bassomedievale: punto d'incontro tra l'annotazione economica e la memoria, il cui tramite principale divenne la scrittura. Non si trattava più di una mera registrazione di cifre, ma di un vero e proprio commento dei fatti, passaggio fondamentale per l'affermarsi del pensiero e della visione del mercante. Firenze risulta, senza dubbio, il vertice di questa produzione letteraria, conseguenza dovuta probabilmente al primo catasto locale del 1427, al quale va aggiunto il Monte delle Doti. Entrambi questi fattori portarono alla necessità da parte del ceto commerciale di redigere opere capaci di sottolineare la memoria della famiglia, così come la sua potenza economica<sup>20</sup>. Il libro di famiglia divenne dunque un testo memoriale plurale e generazionale, nel quale la famiglia costituì sia l'argomento sia il destinatario, così come anche il canale di trasmissione. Ogni membro che parteciperà alla scrittura si farà testimone dell'operato del nucleo familiare a lui contemporaneo con lo scopo di lasciare un messaggio ai posteri del medesimo lignaggio.

**Riccardo Marchetti – Scacchiere Storico**

## **BIBLIOGRAFIA**

BRANCA V., *Mercanti scrittori. Ricordi nella Firenze tra Medioevo e Rinascimento*, Milano, 1986.

---

<sup>18</sup> SAPORI A., *La mercatura medievale*, cit., p.52.

<sup>19</sup> SAPORI A., *Il mercante*, cit., p.89.

<sup>20</sup> RICCI A., *Mercanti scriventi: sintassi e testualità di alcuni libri di famiglia fiorentini fra Tre e Quattrocento*, cit., p.12.

FUBINI R., *Classe dirigente ed esercizio della diplomazia nella Firenze quattrocentesca*, in *I ceti dirigenti nella Toscana del Quattrocento*, Impruneta, 1987.

INFELISE M., *La circolazione dell'informazione commerciale*, in *Commercio e cultura mercantile*, a cura di FRANCESCHINI F., GOLDTHWAITE R.A., MUELLER R.C., Treviso, 2007.

KLAPISCH-ZUBER C., *Le chiavi fiorentine di Barbablù: l'apprendimento della lettura a Firenze nel XV secolo*, in *Quaderni Storici*, XIX (1984).

LAZZARINI I., *I circuiti mercantili della diplomazia italiana nel Quattrocento*, in *Il governo dell'economia. Italia e Penisola Iberica nel basso medioevo*, a cura di TANZINI L. e TOGNETTI S., Roma, 2014.

LAZZARINI I., *Mercatura e diplomazia: itinerari di mobilità sociale nelle élite italiane (qualche esempio fiorentino, XV secolo)*, in *La mobilità sociale nel Medioevo italiano* a cura di TANZINI L. e TOGNETTI S., Roma, 2016.

PETTI BALBI G., *Genova medievale vista dai contemporanei*, Genova, 1987.

PETTI BALBI G., *Una città e il suo mare. Genova nel medioevo*, Bologna, 1991.

PIRENNE H., *Le città del Medioevo*, Roma, Bari, 1999.

RICCI A., *Mercanti scriventi: sintassi e testualità di alcuni libri di famiglia fiorentini fra Tre e Quattrocento*, Roma, 2005.

SAPORI A., *La mercatura medievale*, Firenze, 1972.

SAPORI A., *Il mercante italiano nel Medioevo*, Milano, 1990.

TUCCI U., *La formazione dell'uomo d'affari*, in *Commercio e cultura mercantile* a cura di FRANCESCHI F., GOLDTHWAITE R.A., MUELLER R.C., Treviso, 2007.



VERATELLI F., *L'arte della promozione sociale. Uomini d'affari toscani come clienti degli artisti fiamminghi*, in *La mobilità sociale nel Medioevo italiano* a cura di TANZINI L. E TOGNETTI S., Roma, 2006.