

STORIA ECONOMICA

ANNO XIX (2016) - n. 2



Edizioni Scientifiche Italiane

Direttore responsabile: LUIGI DE MATTEO
Comitato di Direzione: LUIGI DE MATTEO, ALBERTO GUENZI,
PAOLO PECORARI

La Rivista, fondata da Luigi De Rosa nel 1998, si propone di favorire la diffusione e la crescita della Storia economica e di valorizzarne, rendendolo più visibile, l'apporto al più generale campo degli studi storici ed economici. Di qui, pur nella varietà di approcci e di orientamenti culturali di chi l'ha costituita e vi contribuisce, la sua aspirazione a collocarsi nel solco della più solida tradizione storiografica della disciplina senza rinunciare ad allargarne gli orizzonti metodologici e tematici.

Comitato scientifico: Frediano Bof (Università di Udine); Giorgio Borelli (Università di Verona); Andrea Cafarelli (Università di Udine); Aldo Carera (Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano); Giovanni Ceccarelli (Università di Parma); Daniela Ciccolella (CNR-Issm); Alida Clemente (Università di Foggia); Francesco Dandolo (Università Federico II di Napoli); Francesco D'Esposito (Università G. D'Annunzio di Chieti-Pescara); Marco Doria (Università di Genova); Giovanni Farese (Università Europea di Roma); Giulio Fenicia (Università di Bari); Luciana Frangioni (Università del Molise); Paolo Frascani (Università L'Orientale di Napoli); Maurizio Gangemi (Università di Bari); Andrea Giuntini (Università di Modena e Reggio Emilia); Amedeo Lepore (Seconda Università di Napoli); Germano Maifreda (Università di Milano); Daniela Manetti (Università di Pisa); Paola Massa (Università di Genova); Giampiero Nigro (Università di Firenze); Nicola Ostuni (Università Magna Græcia di Catanzaro); Paola Pierucci (Università G. D'Annunzio di Chieti-Pescara); Gianluca Podestà (Università di Parma); Mario Rizzo (Università di Pavia); Gaetano Sabatini (Università di Roma Tre); Giovanni Vigo (Università di Pavia).

Storia economica effettua il referaggio anonimo e indipendente.

Direzione e redazione: Prof. Luigi De Matteo, vico S. Maria Apparente, 44, 80132 Napoli; Università di Napoli "L'Orientale", Dipartimento di Scienze Sociali, Largo San Giovanni Maggiore, 30, 80134 Napoli – Tel. 081/6909483; *e-mail:* dematteo@unior.it

Gli articoli, le ricerche, le rassegne, le recensioni, e tutti gli altri scritti, se firmati, esprimono esclusivamente l'opinione degli autori.

Amministrazione: Edizioni Scientifiche Italiane, via Chiatamone 7, 80121 Napoli – tel. 081/7645443 pbx e fax 081/7646477 – Internet: www.edizioniesi.it; *e-mail:* info@edizioniesi.it

Registrazione presso il Tribunale di Napoli al n. 4970 del 23/6/1998. Responsabile: Luigi De Matteo.

Copyright by Edizioni Scientifiche Italiane – Napoli.

Periodico esonerato da B.A.M. art. 4, 1° comma, n. 6, d.P.R. 627 del 6-10-78

SOMMARIO

ANNO XIX (2016) - n. 2

ALLA RICERCA DEL «NEGOZIANTE PATRIOTA». MORALITÀ MERCANTILI E COMMERCIO ATTIVO NEL SETTECENTO a cura di Biagio Salvemini

<i>Virtù, mercantilismi e mercanti dell'Europa settecentesca. Qualche considerazione introduttiva</i> di Biagio Salvemini	p.	369
ANDREA ADDOBATI, <i>Questa non è Sparta! Il nababbo e il negoziante patriota in una commedia di Samuel Foote</i>	»	385
DANIELE ANDREOZZI, « <i>Ne pas celui de la Nation</i> ». <i>Moralità, norme, interessi e commerci tra Trieste, il mare e gli spazi mercantili (XVIII secolo)</i>	»	403
FRANCESCO CAMPENÒ, <i>Il mercante eroico: elogi funebri di negozianti nella Napoli del Settecento. (La morale mercantile secondo Antonio Jerocades)</i>	»	433
ANNA STELLA CARRINO, « <i>Tous ces différents négociants étrangers sont autant des sangsues de la place de Marseille</i> ». <i>Forme di patriottismo in una place marchande fra Sei e Settecento</i>	»	461
DANIELA CICCOLELLA, <i>Il prezzo della patria. Stato, negozianti e regolazione dei prezzi alla voce nel Mezzogiorno nel secondo '700</i>	»	491
ALIDA CLEMENTE, <i>Aporie della moralità mercantile e governo politico del mercato: un negoziante 'virtuoso' nella carestia del 1764</i>	»	531
ANGELA FALCETTA, « <i>Ad utilità del commercio de' due Regni</i> ». <i>L'orizzonte morale dei mercanti greco-ottomani nel Regno di Napoli (XVIII secolo)</i>	»	561
STORICI		
ANDREA GIUNTINI, <i>Giorgio Mori: la storia l'economia la politica</i>	»	587
ANGELO MOIOLI, <i>Sergio Zaninelli e la scuola di Mario Romani</i>	»	605

SOMMARIO

STORIOGRAFIA

- LUIGI ALONZI, *Per la storia della storia economica: questioni di metodo e prospettive d'indagine* » 639

RECENSIONI E SCHEDE

- S. ZOPPI, *Pietre di confine. Personali apprendimenti*, Rubbettino, Sovveria Mannelli 2015 (G. Farese) » 671
- Incontri di civiltà nel Mediterraneo: l'Impero ottomano e l'Italia del Rinascimento: storia, arte e architettura*, a cura di Alireza Naser Eslami, Olschki, Firenze 2014 (M.P. Zanoboni) » 675
- P. BRAUNSTEIN, *Les allemands à Venise (1380-1520)*, École française de Rome, Rome 2016 (M.P. Zanoboni) » 677

VIRTÙ, MERCANTILISMI E MERCANTI DELL'EUROPA SETTECENTESCA. QUALCHE CONSIDERAZIONE INTRODUTTIVA*

Domenico Jerocades, mercante originario di Parghelia, un minuscolo centro situato sulla costa tirrenica della Calabria, percorre con varia fortuna i mari per poi stabilirsi da ricco commerciante nelle Antille. I familiari tentano invano di riportarlo a casa, e, quando muore, nel 1779, viene sepolto nella sua isola al di là dell'oceano. In fondo, si consola il fratello sacerdote e massone nel suo necrologio, la vi-

* Questa Sezione di Storia economica è, al tempo stesso, il primo risultato di un progetto di ricerca PRIN 2015 (*Alla ricerca del 'negoziante patriota'. Mercantilismi, moralità economiche e mercanti dell'Europa mediterranea. Secoli XVII-XIX*) ed una tappa del percorso più che decennale di un gruppo di studiosi del pensiero economico, dell'inquadramento istituzionale del mercato e delle pratiche mercantili dell'Europa mediterranea della seconda età moderna. Alcuni fra questi, a partire dal 2010, hanno dato vita ad una serie di incontri e convegni sotto la denominazione «Ai bordi delle istituzioni. Poteri e pratiche mercantili nell'Europa mediterranea. Secoli XVII-XIX», il più recente dei quali ha costituito il *panel* intitolato “*Le négociant patriote. Commerce actif et moralités marchandes*” del 14th International Congress for Eighteenth-Century Studies, Rotterdam, 29 luglio 2015. La gran parte dei saggi qui pubblicati sono derivati dalle relazioni presentate a Rotterdam. Fra le pubblicazioni collettanee prodotte lungo questo percorso, segnalo: *Informazioni e scelte economiche*, a cura di W. Kaiser e B. Salvemini, numero monografico di «Quaderni storici», 124 (2007); *Lo spazio tirrenico nella “grande trasformazione”. Merci, uomini e istituzioni nel Settecento e nel primo Ottocento*, a cura di B. Salvemini, Bari 2009; *Acque, terre e spazi dei mercanti*, a cura di D. Andreozzi, L. Panariti e C. Zaccaria, Trieste 2009; *War, Trade and Neutrality. Europe and the Mediterranean in the Seventeenth and Eighteenth Century*, a cura di A. Alimento, Milano 2011; *Frodi marittime fra norme ed istituzioni*, a cura di B. Salvemini e R. Zaugg, numero monografico di «Quaderni storici», 143 (2013); *Moralités marchandes dans l'Europe méditerranéenne au XVIII^e siècle: institutions, appartenances, pratiques*, a cura di G. Buti, Ch. Denis-Delacour, O. Raveux e B. Salvemini, numero monografico di «Rives Méditerranéennes», 49 (2014); *Aux bords des institutions. A propos du «commerce actif» en Méditerranée à l'époque moderne*, a cura di G. Calafat e B. Salvemini, numero monografico dei «ME-FRIM», 127 (2015).

ceda di Domenico ha un esito appropriato: per il mercante «tutto il mondo è patria».

Quella riferita da Francesco Campenni nel saggio pubblicato in questa Sezione è un'immagine ricorrente nei circuiti della comunicazione di ogni livello, ed è solidamente impiantata, con connotazioni e sfumature varie, anche in quello più alto della repubblica delle lettere. La ritroviamo ad esempio, con una coloritura meno positiva che nel caso di Jerocades, in due opere illustri pubblicate nel 1776 ai due lati della Manica. «Les négociants – scrive Condillac in *Le commerce et le gouvernement* – n'appartiennent proprement à aucun pays. Ils forment une nation qui est répandue par tout; et qui a ses intérêts à part»¹. E Adam Smith in *The Wealth of Nations*: «A merchant, it has been said very properly, is not necessarily the citizen of any particular country. It is in a great measure indifferent to him from what place he carries on [...] a very trifling disgust will make him remove his capital and, together with it, all the industry which it supports, from one country to another. No part of it can be said to belong to any particular country»².

La possibilità che l'immagine scivoli verso connotazioni del tutto negative è implicita nella sua stessa costruzione. Con questa accezione possiamo ritrovarla, ad esempio, nei conflitti di preminenza sociale e politica. Il negozio appare assai spesso come un elemento instabile, e per questo pericoloso, sia dello spazio sociale che di quello geografico. Secondo l'Abbé Coyer, che avrebbe presto avviato la polemica sulla “noblesse commerçante”, «les négocians [...] rougissent de leur état», cosicché dalla loro condizione essi socialmente «sortent, même avant que d'en sortir» sul piano delle pratiche³. Anzi, quella di chi fa commercio in grande può non configurarsi come una delle “condizioni” situate dentro l'ordinata cascata di ordini e ceti che formano un corpo politico sano. Nell'acceso conflitto che a Marsiglia, una “città del negozio” paradigmatica di quel torno di tempo, si scatena contro le élite mercantili che monopolizzano le cariche municipali, coloro che commerciano senza essere *bourgeois* o *nobles* vengono rappresentati

¹ ÉTIENNE BONNOT DE CONDILLAC, *Le commerce et le gouvernement considérés relativement l'un à l'autre* [...], Nouvelle édition, Blanchon, Paris an III [prima ed. 1776], Partie 2, Section 17.

² Cit. in MONIKA POETTINGER, *Etica mercantile e sviluppo economico*, «Società e storia», 125 (2009), p. 477.

³ ABBÉ COYER, *Dissertation sur la nature du Peuple*, in ID., *Dissertations pour être lues: la première sur le vieux mot de Patrie; la seconde sur la nature du Peuple*, Pierre Gosse, La Haye 1755, p. 45.

dai loro avversari come privi di ogni radicamento: non hanno beni «sous la main du roi» ma capitali che si muovono per le terre ed i mari del mondo alla continua ricerca congiunturale del luogo e del settore giusto in cui essere investiti. Il negozio è una «plaque tournante» dove si scende e si sale di continuo; è «semblable à ces tableaux mouvans où les personnages se succedent avec rapidité». Dunque sono strutturalmente incapaci di patriottismo: «Il faut tenir à une société par des liens moins nouveaux et moins fragiles, pour s'intéresser à sa prospérité & à sa gloire»⁴. Il negoziante patriota rischia di diventare, in questi corpi discorsivi, una espressione ossimorica.

Tanto più in quanto il lemma dal quale il qualificativo viene ricavato, quello di patria, va a situarsi sempre più nell'ambito di significati connesso al territorio dello Stato sovrano e – come mostra la storiografia ormai imponente sulla genealogia, le migrazioni e gli usi del concetto, che lo va emancipando dallo sguardo retrospettivo centrato sulla Rivoluzione⁵ – assume un ruolo preminente nei conflitti “costi-

⁴ Il documento è citato in BIAGIO SALVEMINI, *Una «bonne ville» nella Francia assolutista. Giochi di memorie e conflitti politici a Marsiglia fra Sei e Settecento*, in *Il Mediterraneo delle città*, a cura di E. Iachello e P. Militello, FrancoAngeli, Milano 2011, p. 205.

⁵ Il testo canonico di questa posizione è ALPHONSE AULARD, *Le patriotisme français de la Renaissance à la Révolution*, Etienne Chiron, Paris 1921. Tema centrale nella storiografia sull'Inghilterra (cfr., fra gli altri, GUIDO ABBATTISTA, *Il Re patriota nel discorso politico-ideologico inglese del Settecento*, in BOLINGBROKE, *L'idea di un re patriota*, Introduzione, traduzione e commento di G. Abbattista, Donzelli, Roma 1995, pp. XXI-LXXXVIII; CESARE CUTTICA, *Sir Robert Filmer (1588-1653) and the Patriotic Monarch: Patriarchalism in Seventeenth-Century Political Thought. Politics, Culture, and Society in Early Modern Britain*, Manchester U.P., Manchester 2012), il concetto di patria ha attratto l'attenzione degli studiosi della Francia degli ultimi anni dell'*ancien régime*: cfr. EDMOND DZIEMBOWSKI, *Un nouveau patriotisme français, 1750-1770. La France face à la puissance anglaise à l'époque de la guerre de Sept Ans*, Voltaire Foundation, Oxford 1998; DAVID A. BELL, *The Cult of Nation in France: Inventing Nationalism, 1680-1800*, Harvard U.P., Cambridge-London 2001; JAY M. SMITH, *Nobility Reimagined. The Patriotic Nation in Eighteenth Century France*, Cornell U.P., Ithaca 2005; JOHN SHOVLIN, *The Political Economy of Virtue: Luxury, Patriotism, and the Origins of the French Revolution*, Cornell U.P., Ithaca 2007; ARNAULT SKORNICKI, *L'économiste, la cour et la patrie. L'économie politique dans la France des Lumières*, CNRS, Paris 2011; KOEN STAPELBROEK, JANI MARJANEN, *Political economy, patriotism and the rise of societies*, primo capitolo di *The Rise of Economic Societies in the Eighteenth Century*, a cura degli stessi autori, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2012. Uno sguardo generale sulla questione nell'introduzione di MARINA FORMICA, *Patria e nazione nel Settecento*, a *L'idea di nazione nel Settecento*, a cura di B. Alfonsetti e M. Formica, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma 2013.

tuzionali” fra i corpi privilegiati e le pretese monarchiche. Ben impiantato nel vocabolario politico inglese seicentesco, il “vieux mot de Patrie” viene rilanciato in Francia a metà ’700 dopo un lungo oblio, fra l’altro per opera dello stesso Abbé Coyer. Quella che si trova nei dizionari – «le pays où l’on a pris naissance» – è per Coyer una «froide définition»⁶ della parola patria, fa riferimento alle «petites vertus qui nous attirent des louanges à peu de frais dans nos sociétés particulières»⁷: la virtù grande va promossa «en ramenant sans cesse les citoyens du bien particulier au bien general, de leurs maisons à la patrie». D’altronde non è lo spazio dilatato dei mari e dei traffici che può accogliere il termine e riscaldarlo: esso va riferito al corpo politico istituito da Dio con i suoi istituti fondamentali ed i suoi *citoyens*, nel quale il re funge da padre per i suoi figli⁸, tutti legati da una generale solidarietà e da una «commune passion». Questa passione, spesso considerata «stupide ou furieuse»⁹, custodisce in realtà le risorse normative a fondamento del nesso sociale, che, anche per “cosmopoliti” dell’altra sponda della Manica come Hume e Smith, può prendere forma solo nello spazio dello Stato sovrano – «the natural level of human sentiment and interest in between the individual and humankind»¹⁰. Ma i negozianti possono sembrarvi particolarmente refrattari. «En général» – si legge in un pamphlet pubblicato nello stesso anno della *Dissertation* di Coyer – essi «ne se voyent, qu’eux memes; ils n’apperçoivent jamais l’Etat. L’homme, chez eux, l’emporte toujours sur le citoyen. Celui qui peut faire sa fortune aux dépenses de la Monarchie, le fait sans s’embarrasser des conséquences»¹¹. Di qui la «rè-

⁶ ABBÉ COYER, *Dissertation sur le vieux mot de Patrie*, in ID., *Dissertations*, p. 15. Cfr. su questo scritto, fra gli altri, ROLANDO MINUTI, *L’abate Coyer e “le vieux mot de patrie”: a proposito del tema della patria nella cultura francese settecentesca*, «Giornale di storia costituzionale», 8 (2004), pp. 229-238.

⁷ ABBÉ COYER, *Dissertation sur le vieux mot de Patrie*, p. 36.

⁸ Ivi, p. 31.

⁹ Ivi, p. 16.

¹⁰ ISTVAN HONT, *Jealousy of Trade: International Competition and the Nation-State in Historical Perspective*, Harvard U.P., Cambridge (MA) 2005, pp. 148-154. Su un altro contesto, cfr. GUILLAUME GARNER, *Etat, économie, territoire en Allemagne. L’espace dans le caméralisme et l’économie politique, 1740-1820*, EHESS, Paris 2005.

¹¹ ANGE G[OUDARD], *Nouveaux motifs pour porter la France à rendre libre le commerce du Levant. Avec des réflexions sur les moyens de soutenir les manufactures du Languedoc sans fixer les fabriquants*, A Leyde, et se vende à Avignon, chez Meraude Libraire, 1755, p. 28.

gle générale: lorsque les négociants se plaignent de leurs pertes, c'est toujours une preuve certaine que l'Etat y gagne»¹².

La ricerca del rimedio a questa adesione difettosa del negoziante alla nazione, alla sua tendenza a rapportarsi allo spazio indefinito e mutevole delle convenienze ben più che a quello valoriale e normativo della patria, può condurre in vicoli ciechi. Nella commedia di Samuel Foote chiosata nel saggio di Andrea Addobbati qui pubblicato, allo «spirit of adventure» del nababbo, che pure prende corpo nell'ambito degli spazi commerciali sotto il controllo del suo sovrano e delle compagnie da lui autorizzate, si contrappone un patriottismo mercantile che sembra volgere le spalle ai traffici della “commercial revolution”¹³: «whoever keeps his post, and does his duty at home, will be found to render his country best service at last». La diffidenza nei confronti dell'imperialismo nascente rischia, in queste formulazioni, di coinvolgere anche la proiezione mercantile marittima, cioè la connotazione più forte della patria inglese, e di rendere assai poco patriota l'onesto commerciante che fa da contraltare al perfido nababbo. La figura deterritorializzata del negoziante può trovare posto nella “social taxonomy” patriottica¹⁴ solo cercando una conciliazione fra pratica dei mari e sentimento della patria.

È questa la via imboccata dalla pubblicistica filo-commerciale in uno spazio pubblico, quello francese, che negli ultimi decenni dell'antico regime adotta l'adesione al patriottismo come criterio di inclusione/esclusione. Anche il negoziante può diventare patriota, ma percorrendo un itinerario inverso rispetto a quello disegnato da Coyer per i soggetti sociali ‘normali’: non gli tocca emanciparsi dalle «sociétés particulières» per inserirsi nella società generale della patria, ma deve contribuire alla pubblica felicità ed alla gloria del sovrano con le risorse che ricava dalla sua collocazione in ambiti che travalicano ogni confine politico. Per l'autore del *Négociant citoyen*¹⁵, una delle voci del dibattito sulla “noblesse commerçante”, il quadro prodotto dall'esito della guerra dei sette anni, che ridefinirebbe i rapporti fra gli

¹² Ivi, p. 9.

¹³ Il concetto, presentato da RALPH DAVIS, *English Foreign Trade. 1660-1700*, «The Economic History Review», 2 (1954), pp. 150-166, è diventato corrente nella storiografia.

¹⁴ Cfr. SMITH, *Nobility Reimagined*, cap. 3, pp. 104-142, “Patriotism and Social Taxonomy in the Debate over *La noblesse commerçante*”.

¹⁵ *Le négociant citoyen, ou Essai dans la recherche des moyens d'augmenter les lumières de la Nation sur le Commerce & l'Agriculture*, par M.C.C.A., A Amsterdam et se trouve à Paris chez Duchesne, 1764.

Stati non più in termini di conquiste territoriali ma esclusivamente di supremazia commerciale, proietta il mercante in primo piano nella competizione per la promozione della patria. «Le négociant milite comme l'officier»¹⁶. La “noblesse militaire” resta certo in posizione apicale dell'ordine sociale, ma la sua è una funzione difensiva. Viceversa il mercante è ormai il solo che può «balancer la puissance de nos ennemies» e «détourner de la source de leur puissance des canaux qui viennent fertiliser notre chère Patrie»¹⁷. Praticando il mondo intero, il «négociant citoyen» può raccogliervi i lumi che la natura ha sparso fra i popoli¹⁸ per convogliarli verso il bene pubblico della sua nazione. Il principe, lungi dal condannare il difetto di radicamento dei mercanti, deve lui stesso inquadrare quelli che mostrano qualità di «citoyens [...] vertueux, zélés & engagés pour leurs sentiments à remplir dignement leur emploi», in viaggi patriottici, nei quali nulla essi tralasceranno «de ce qui pourroit tourner à l'utilité & à la gloire de la Patrie»¹⁹.

Quindici anni più tardi, nel corso di un'altra guerra sanguinosa con l'Inghilterra, all'autore di *Le négociant patriote*²⁰, che si definisce sin dal frontespizio del suo libro «un négociant qui a voyagé», la mobilità mercantile non sembra aver più bisogno di essere inquadrata dal sovrano per essere patriottica. Certo «l'intérêt, cet corrupteur des hommes, a soufflé dans les âmes»²¹, ma soprattutto nelle anime di quanti fanno «trafic d'argent»²² incistandosi in profondità nel territorio e nelle

¹⁶ Ivi, p. 11.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ Ivi, p. VI: «la nature n'a pas accordé à une même Nation toutes les idées».

¹⁹ Ivi, p. 15.

²⁰ *Le négociant patriote, contenant un tableau qui réunit les avantages du commerce, la connoissance des spéculations de chaque nation; et quelques vues particulières sur le commerce avec la Russie, sur celui avec le Levant, et de l'Amérique Angloise: ouvrage utile aux négociants, armateurs, fabricants et agricoles*, Chez Royez, Parigi 1779. Adopero l'edizione successiva: *Le négociant patriote, ouvrage utile aux négociants, armateurs, fabricants et agricoles, par un négociant qui a voyagé*, s.e., Amsterdam 1784. Cenni su quest'opera in ROBERT MAUZI, *L'idée du bonheur dans la littérature et la pensée française au XVIII^e siècle*, Colin, Paris 1965, pp. 284-289, e in AMALIA D. KESSLER, *Enforcing Virtue. Social Norms and Self-Interest in an Eighteenth-Century Merchant Court*, «Law and History Review», 1 (2004), pp. 71-118. L'autore è un negoziante del Languedoc, come dimostra la sua polemica violenta contro i privilegi di Marsiglia che impediscono ai produttori di panni della regione di esportarli dal porto di Sète evitando la pesante intermediazione marsigliese: cfr. le pp. 42-43 e 54.

²¹ *Le négociant patriote*, p. 108.

²² Ivi, p. 215.

istituzioni: i «financiers»²³, «les gens d'affaires»²⁴, i «riches maltotiers»²⁵, la «gentilhommerie de comptoir»²⁶. Con tutti costoro, che risiedono fisicamente nella patria ma la corrompono, il «négociant» proiettato sui mari non ha nulla a che fare. In particolare, il «négociant philosophe»²⁷ illuminato dalla «philosophie commerçante»²⁸ ed animato dall'«intérêt légitime, permis, ordonné même par notre état»²⁹, viene dotato di un profilo coincidente con quello del Domenico Jerocades menzionato all'inizio di questo testo, l'«Ercole travaglioso» uscito dal suo borgo calabro per collocarsi sulle rotte del commercio atlantico, e morto nell'anno stesso di pubblicazione del *Négociant patriote*. L'autore anonimo del *Négociant patriote* adopera del resto una metafora proveniente dal medesimo ambito discorsivo del necrologio menzionato nel saggio di Campennì, chiamando in causa il gigante ingannato da Ercole: il «négociant philosophe» è un «Atlas nouveau»³⁰ che porta sulle sue spalle il disegno provvidenziale di mettere in comunicazione paesi fra loro lontani dotati di risorse differenti, e di «humaniser»³¹ i popoli che li abitano. Il compito sarebbe già assolto – «le commerce a tout poli»³² – se non per il fatto che «les nègres font dans ce tableau une ombre terrible»³³, e «le sucre qui nous vient depuis plus d'un siècle, est teint de sang»³⁴. La polemica del negoziante del Languedoc contro i negrieri della Francia atlantica, evidentemente estranei alla «philosophie commerçante», non è esplicitata. Il nostro autore preferisce andare alle cause di fondo di questa particolare configurazione dei traffici del tutto incongruente con la civilizzazione mercantile, chiamando indirettamente in causa quella nobiltà militare che l'autore del *Négociant citoyen* aveva voluto lasciare vent'anni prima in una posizione eminente della gerarchia sociale riconfigurata dal commercio. Lo fa con una sorta di lettura controfattuale della storia atlantica: «si la conquête de l'Amérique eut été faite par des Négo-

²³ Ivi, p. 107.

²⁴ Ivi, p. 215.

²⁵ Ivi, p. 218.

²⁶ Ivi, p. 300.

²⁷ Ivi, p. 69, 224, 326.

²⁸ Ivi, p. 284.

²⁹ Ivi, p. 108.

³⁰ Ivi, pp. 210-211.

³¹ Ivi, p. 347.

³² Ivi, p. 354.

³³ Ivi, p. 68.

³⁴ Ivi, p. 8. Sulla questione dei neri cfr. anche le pp. 85-88.

cians affables, au lieu de soldats massacreurs, elle donneroit aujourd'hui une population aussi considérable qu'heureuse. Mes Confrères auroient respecté & aimé les habitans du Mexique & du Pérou: ils eussent embrassé les Indiens débonnaires, ils les auroient enchaîné par le cœur & les arts»³⁵.

Questo «négociant philosophe» non disperde comunque la sua capacità di produrre avanzamento fra una generica umanità. Se l'universo è il suo campo d'azione, «la Patrie est sa famille», della quale il sovrano è il «père tendre»³⁶. Egli è «ce citoyen précieux, dont le coup d'œil porte d'un bout de l'univers à l'autre»³⁷, e «prend connaissance des spéculations de chaque Nation commerçante, afin de les présenter à sa Patrie dans leur véritable jour»³⁸. D'altronde il suo *déracinement* rispetto al territorio ed allo spazio normativo e simbolico del suo sovrano ha ritmi e qualità differenti nel corso del suo ciclo di vita ideale. Nella fase dell'apprendimento, egli deve frequentare in patria i «cercles de la politesse»³⁹ per poi trascorrere tre anni di soggiorni e viaggi esclusivamente all'estero; col matrimonio, «il reviendra en France pour être fils respectueux, amant et époux fidèle, commerçant honnête et citoyen vertueux»⁴⁰. Di lì osserverà e praticherà il mondo dei traffici avendo come “devise” «Dieu, Roi, Patrie & Commerce»⁴¹.

La coesistenza, le oscillazioni, i conflitti fra queste visioni del negoziante, la figura sociale centrale della “commercial revolution”, sono parte del vasto dibattito sul concetto di virtù economica rilanciato dall'emergere prepotente, nei traffici per mare, delle “monarchie commerciali”, quella francese in primo luogo, a scapito delle “repubbliche senza territorio” che avevano monopolizzato i traffici della precedente rivoluzione commerciale, nell'ultimo medioevo⁴²; e, in particolare, di quella che ne aveva reinterpretato con più efficacia il ruolo negli orizzonti marini dilatati dell'età moderna, l'Olanda. «Picciolo paese formato dalle alluvioni di alcuni fiumi della Germania»⁴³, essa

³⁵ Ivi, p. 340.

³⁶ Ivi, p. 66, nota.

³⁷ Ivi, pp. 1-2.

³⁸ Ivi, p. VI.

³⁹ Ivi, p. 12.

⁴⁰ Ivi, p. 14.

⁴¹ Ivi, p. 406.

⁴² ROBERTO S. LOPEZ, *La rivoluzione commerciale del medioevo*, Einaudi, Torino 1975.

⁴³ [FRANCESCO ALGAROTTI], *Riflessioni sopra il commercio*, in [ID.], *Epistola in versi sopra il commercio*, s.a.i. [1762?], p. 8.

aveva conquistato un ruolo di primo piano nei traffici oceanici, ma con un tipo di commercio che ormai sembra non avere futuro: «non disponendo di un'estensione di territorio, né possedendo numerose risorse interne, trae esclusivamente vantaggio dall'essere agente, intendente e trasportatore per conto di altri»⁴⁴, e per questo finirà «immancabilmente per decadere»⁴⁵. D'altronde, in un contesto dominato dall'ansioso interrogarsi sulla congruenza dell'ordinamento monarchico con una società pienamente investita dal commercio⁴⁶, l'Olanda – anche più dell'Inghilterra, che trionfa sugli oceani, ma contamina caratteri monarchici e repubblicani fino a rendersi difficilmente classificabile per lo sguardo “continentale” – può apparire una patria partico-

⁴⁴ DAVID HUME, *Della rivalità nel commercio* [1758], in ID., *Saggi e trattati morali letterari politici e economici*, a cura di M. Dal Pra e E. Ronchetti, UTET, Torino 1974, p. 523.

⁴⁵ RICHARD CANTILLON, *Saggio sulla natura del commercio in generale*, a cura di S. Cotta e A. Giolitti con Introduzione di Luigi Einaudi, Einaudi, Torino 1955, p. 136. La prima edizione dell'opera esce postuma nel 1755, dato che Cantillon era stato assassinato a Londra nel 1734. Il “dutch decline” è discusso in tutta Europa: cfr., per tutti, KOEN STAPELBROEK, *Dutch Decline as a European Phenomenon*, articolo introduttivo al numero speciale su *Dutch Decline in Eighteenth-century Europe* di «History of European Ideas», 36 (2010), pp. 139-152. Sull'autopercezione “repubblicana” olandese e sui conflitti acuti che si accendono intorno ad essa cfr. ARTHUR WESTSTEIJN, *Commercial Republicanism in the Dutch Golden Age. The Political Thought of Johan & Pieter de la Court*, Brill, Leiden 2012. Per l'utilizzo di queste visioni in Europa rimando agli studi di Antonella Alimento e Koen Stapelbroek. Fra i libri curati da questi studiosi cfr., della Alimento, *War, Trade and Neutrality*, e, di Stapelbroek, *Trade and War: the Neutrality of Commerce in the Inter-State System*, Helsinki Collegium for Advanced Studies, Helsinki 2011. Osservazioni di particolare interesse in ID., *The problem of the republics: Venturi's republicanism reconsidered*, recensione a *Il repubblicanesimo moderno. L'idea di repubblica nella riflessione storica di Franco Venturi*, a cura di M. Albertone, Bibliopolis, Napoli 2006, in «History of European Ideas», 35 (2009), pp. 281-288. Inutile dire che queste visioni sono elaborate in un contesto politico e conflittuale, e che non trovano riscontro fattuale neanche nelle comunità mercantili medievali. Queste non sembrano adeguarsi alle immagini organicistiche riproposte ripetutamente da Paolo Grossi (cfr., ad esempio, *L'Europa del diritto*, Laterza, Roma-Bari 2008): per ordinarle occorrono le complesse mediazioni istituzionali analizzate da Giacomo Todeschini (ad esempio in *I mercanti e il tempio. La società cristiana e il circolo virtuoso della ricchezza fra medio evo ed età moderna*, Il Mulino, Bologna 2003) ed un robustissimo apparato regolamentare volto principalmente a proteggere il consumatore dall'avidità del mercante: cfr. MARTHA C. HOWELL, *Commerce before Capitalism in Europe, 1300-1600*, CUP, New York 2010; JAMES DAVIS, *Medieval Market Morality. Life, Law and Ethics in the English Marketplace 1200-1500*, CUP, Cambridge 2012.

⁴⁶ Cfr. HENRY C. CLARK, *Compass of Society. Commerce and Absolutism in Old Regime France*, Lexington Books, Lanham 2007.

larmente accogliente per negozianti “citoyens” e “patriotes”: nella sua “costituzione materiale” ci sarebbe ancora un qualche spazio per il cittadino in armi che difende l’autonomia del suo corpo politico e concorre a produrne etiche e diritto in coerenza con le dottrine ed il diritto di emanazione sacrale. Di conseguenza il mercante vi sarebbe spinto ad accordare il suo “bene privato” ad un “bene comune” fondato, aristotelicamente, sulla produzione e riproduzione di armonia sociale che il potere facilita e sorveglia, ma non impone⁴⁷. Foro interiore e foro esteriore presenterebbero la stessa dotazione normativa. Per adoperare il linguaggio di Giorgio Agamben⁴⁸, il potere aristotelico delle repubbliche, come il dio aristotelico, “muove senza volontà”, lasciando alle virtù civiche il ruolo di elemento strutturante del corpo politico.

Viceversa, le nuove monarchie agiscono sul modello del dio cristiano, il quale “muove volontariamente” per realizzare il bene non in un orizzonte escatologico, ma nei tempi della storia terrena. Esse non sono chiamate a conservare, ma a manipolare il corpo politico al di là delle volontà che in esso sono impiantate: elaborano progetti di regolazione e riconfigurazione della società, e cercano di realizzarli dotandosi di procedure decisionali all’altezza del compito, in particolare ridisponendo in forme verticali le catene di comando. Dentro ed intorno agli apparati di governo e nella repubblica delle lettere emergono concezioni del “bene pubblico”, della “pubblica felicità”⁴⁹ come un obiettivo appartenente specificamente al campo della volizione politica, al tempo stesso di realizzazione plausibile a vantaggio del

⁴⁷ Fra i libri recenti sul concetto di bene comune, rimando a due raccolte di saggi: *De bono communi. The Discourse and Practice of the Common Good in the European City (13th-16th c.)*, a cura di E. Lecuppre-Desjardin et A.-L. Van Bruaene, Brepols, Turnhout 2010; *Il bene comune. Forme di governo e gerarchie sociali nel basso medioevo*, Atti del 48° convegno storico internazionale, Todi, 9-12 ottobre 2011, Fondazione Centro Italiano di Studi sull’Alto Medioevo, Spoleto 2012.

⁴⁸ GIORGIO AGAMBEN, *Homo Sacer. Il potere sovrano e la nuda vita*, Einaudi, Torino 2005; ID., *Il regno e la gloria. Per una genealogia teologica dell’economia e del governo*, Einaudi, Torino 2009.

⁴⁹ Fra gli studi recenti rimando a ANTONIO TRAMPUS, *Il diritto alla felicità. Storia di un’idea*, Laterza, Roma-Bari 2008; *Felicità pubblica e felicità privata nel Settecento*, a cura di A.M. Rao, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma 2012; LARS BEHRISCH, *Die Berechnung der Glückseligkeit. Statistik und Politik in Deutschland und Frankreich im späten Ancien Régime*, Jan Thorbecke, Ostfildern 2016. Sulla rielaborazione da parte dei gesuiti del concetto cfr. ora BERNARD BARTHET, *Richesse du prince et bien commun au XVIII^e siècle. Economie et société dans les Mémoires de Trévoux (1701-1762)*, Presses Universitaires de Bordeaux, Pessac 2015.

corpo sociale ed essenziale per la legittimazione del sovrano. È un obiettivo da perseguire, fra l'altro, promuovendo ed indirizzando il commercio nazionale in direzioni del tutto diverse da quelle tipiche delle repubbliche; diverse cioè da quel "commercio di economia", secondo la definizione di Antonio Genovesi⁵⁰, che si risolve nell'agire da "agente, intendente e trasportatore per conto di altri". Il commercio felicifico non deve limitarsi alle zone di contatto con i mari, ma penetrare in profondità nel territorio di cui le monarchie, a differenza delle repubbliche, sono dotate, coinvolgere la produzione agricola e manifatturiera, mobilitare la società. La nozione seicentesca di "commercio attivo", inteso come avanzo della bilancia commerciale, scambio di lavoro contro natura, controllo della intermediazione e della navigazione⁵¹, rimane ben salda al centro della riflessione e delle pratiche di governo anche quando ambienti significativi della repubblica delle lettere cominciano ad attaccarne frontalmente le "fausses notions"⁵², e la sua attuazione diventa un complemento indispensabile alla piena sovranità politica. Uomini di lettere e di governo, anche in paesi di secondo piano nel concerto delle potenze, si orientano sul principio che «ogni nazione che non naviga vedrà i suoi interessi politici e domestici subordinati agli interessi del popolo navigatore», e considerano atto «basso» e degno dell'«Imperatore del Marocco» il consentire agli stranieri di «venire a fare un commercio attivo con i prodotti del proprio suolo»⁵³.

Al tempo stesso, questa ridefinizione della sfera politica e dei suoi atti produce situazioni dilemmatiche che alimentano dubbi ed ostilità. La nozione di commercio attivo poggia su un presupposto su cui il

⁵⁰ ANTONIO GENOVESI, *Lezioni di commercio o sia d'economia civile. Edizione novissima accresciuta di varie aggiunte dell'Autore medesimo, Parte prima*, Remondini, Bassano 1769, p. 235.

⁵¹ Rimando, per questa nozione, al citato dossier dei «MEFRIM», *Aux bords des institutions. A propos du "commerce actif" en Méditerranée à l'époque moderne*.

⁵² Cfr. ANDRÉ MORELLET, *Prospectus d'un nouveau dictionnaire de commerce [...]* *En cinq volumes in-folio proposés par subscription*, chez les freres Estiennes, Paris 1769, pp. 215-216: secondo ciò che «les ecrivais économiques entendent communement», il "commerce actif" sarebbe «celui qui exporte des marchandises nationales à l'étranger & qui rapporte de l'argent en échange», ed il "commerce passif" «celui d'une nation qui reçoit la marchandise & qui donne son argent». «On a joint – commenta Morellet – à ce mot *passif* des idées de faiblesse, de *dépendance*; on a regardé le commerce passif comme funeste à chaque nation»: tutte «fausses notions».

⁵³ BIBLIOTECA DELLA SOCIETÀ NAPOLETANA DI STORIA PATRIA, ms. XXX C I, Consulta del Supremo Magistrato di Commercio del 29 aprile 1781, c. 93.

cameralismo tedesco ed imperiale insiste con particolare forza⁵⁴: la possibilità di ricondurre forme, dimensioni e logiche dello spazio mercantile a quelle dello spazio politico, e, più precisamente, al territorio sovrano che definisce l'ambito soggetto al calcolo dell'aritmetica politica e di macchine complesse come quella francese della *Balance du Commerce*⁵⁵. È un presupposto di per sé altamente problematico, che cozza con il dilatarsi dei mercati e richiederebbe politiche, del tutto incongrue con i tempi, di "xenophobic mercantilism" come quelle propugunate nel primo Seicento da Antoine de Montchrestien⁵⁶. E comunque, anche se in vario modo aggiornate e temperate, le misure di promozione del commercio attivo tendono a produrre commercio passivo dei propri *partners* ed alimentano ritorsioni. Lo spazio dei traffici non può in alcun modo essere "nazionalizzato", ma la "jealousy of commerce" lo ingombra di barriere istituzionali disegnate, difese, ampliate da macchine diplomatiche e belliche estremamente esigenti in termini di risorse economiche, che distruggono una parte consistente della ricchezza globale prodotta dall'estendersi e dall'ispessirsi dei mercati. Il commercio e, insieme ad esso, la "pubblica felicità" vengono al tempo stesso promossi ed intralciati. "Atlas nouveaux" ed "Ercoli travagliosi" devono cercare di svolgere la propria funzione di mettere in comunicazione i popoli in questo contesto irto di ostacoli.

È comunque a loro, alla miriade di azioni concrete che essi realizzano in luoghi dispersi nello spazio e collocati sotto il comando di sovrani diversi, che è affidata la costruzione della "pubblica felicità". In tempi in cui «la mercatanzia» era definita «communissimo modo d'arricchire dell'altrui», essa non poteva che essere «cosa conveniente

⁵⁴ Si veda in particolare GARNER, *État, économie, territoire en Allemagne*.

⁵⁵ GUILLAUME DAUDIN, *Commerce et prospérité. La France au XVIII^e siècle*, Presses Universitaires Paris-Sorbonne, Parigi 2005. Su questi temi cfr. SIMONE MEYSSONNIER, *La balance et l'horloge. La genèse de la pensée libérale en France au XVIII^e siècle*, Editions de la Passion, Montreuil 1989; ERIC BRIAN, *La mesure de l'Etat. Administrateurs et géomètres au XVIII^e siècle*, Albin Michel, Paris 1994; JEAN-CLAUDE PERROT, *Une histoire intellectuelle de l'économie politique (XVII^e-XVIII^e siècle)*, EHESS, Parigi 1992; JOCHEN HOOK, *Économie politique, statistique et réforme administrative en France et en Allemagne dans la deuxième moitié du XVIII^e siècle*, «Jahrbuch für Europäische Verwaltungsgeschichte», 1 (1989), pp. 33-45; *The Age of Economic Measurement*, a cura di J.L. Klein e M.S. Morgan, Annual Supplement al volume 33 di «History of Political Economy», Durham-Londra 2001.

⁵⁶ HENRY C. CLARK, *Commerce, the virtues, and the public sphere in early seventeenth-century France*, «French Historical Studies», 21 (1998), in particolare le pp. 433-434.

agli uomini privati anziché a' Prencipi»⁵⁷; ma anche nel dispiegarsi della civiltà del commercio esaltata dal nostro *Négociant patriote*, la «constitution monarchique répugne à ce que le Souverain trait en son nom des objets mercantiles», e quindi esclude la figura del “marchand monarque” che fabbrica direttamente il suo commercio attivo⁵⁸. Questo non può realizzarsi, come Colbert aveva in una qualche misura immaginato, *nonostante* o *contro* i mercanti⁵⁹: è certo una volizione del potere, ma deve essere lasciata nelle mani di soggetti individuali o corporati non direttamente inclusi nella sfera politica. Il sovrano non può crearli, deve darli per presupposti. La figura del mercante, dopo aver attraversato i secoli con alterna fortuna, è riqualificata dal riconoscimento del carattere fondativo, per la comunità politica, dell'agire individuale interessato e dei diritti connessi: quello di proprietà in primo luogo.

Ma non è certo detto che le scelte economiche private siano elaborate con forme di calcolo congruenti con il calcolo felicifico pubblico in generale, e, nel caso qui in esame, con quello delle monarchie commerciali settecentesche. La dialettica millenaria fra interesse particolare ed interesse generale riemerge in forme nuove e si colloca al centro del dibattito fra uomini di lettere e di governo di ogni parte dell'Europa⁶⁰, aggrovigliando i pensieri di chi affronta con maggiore

⁵⁷ GIOVANNI BOTERO, *La ragion di stato* [1589], a cura di C. Continisio, Donzelli, Roma 1997, p. 171.

⁵⁸ *Le négociant patriote*, p. 77.

⁵⁹ Rimando, su questo punto, in particolare a proposito dello scontro violentissimo fra Colbert ed i negozianti raccolti attorno alla *Chambre de Commerce* di Marsiglia, al saggio di prossima pubblicazione di Annastella Carrino e Biagio Salvemini *Quasi-corpi e monarchie commerciali: la Chambre de Commerce di Marsiglia e il Bureau de Commerce di Parigi*.

⁶⁰ Cfr. *Interessi, passioni, convenzioni. Discussioni settecentesche su virtù e civiltà*, a cura di M. Geuna e M.L. Pesante, Franco Angeli, Milano 1992; CHRISTIAN LAZZERI, *Peut-on composer les intérêts? Un problème éthique et politique dans la pensée du XVIII^e siècle*, in *Politiques de l'intérêt*, a cura di C. Lazzari e D. Reynié, PUFC, Besançon 1998, pp. 145-191; *L'Histoire de l'intérêt général*, numero monografico di «Histoire et archives», 19 (2006); GILBERT FACCARELLO, PHILIPPE STEINER, *Interest, sensationism and the science of the legislator: French 'philosophie économique', 1695-1830*, «The European Journal of the History of Economic Thought», 15 (2008), pp. 1-23; ANTONELLA ALIMENTO, *Entre animosité nationale et rivalité d'émulation: la position de Véron de Forbonnais face à la compétition anglaise, in Governare il mondo. L'economia come linguaggio della politica nell'Europa del Settecento*, a cura di M. Albertone, Annali della Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano 2007, pp. 125-148; BEATRIZ CARCELES DE GEA, *Comercio y riqueza en el siglo XVII: estudios sobre cultura, política y pensamiento económico*, Consejo Superior de Investigaciones Cientí-

radicalità questo nodo di problemi: il Rousseau che vuole attribuire la sovranità politica ad una società da rifondare preventivamente come “corpo morale e collettivo”, e quindi oscilla vistosamente fra l’esigenza di diffondere il potere e quella di riconsegnarlo ad un legislatore in grado, come quello platonico, di intervenire sull’antropologia degli individui⁶¹. La sfera della politica elabora criteri di misura delle moralità mercantili al tempo stesso fortissimi, in quanto affidati ad apparati pubblici dotati di capacità costrittiva, e minati alle fondamenta dal fatto che l’esercizio della forza legittima nei confronti dei mercanti “immorali” rischia di prosciugare una fonte essenziale della “pubblica felicità”: cioè la propensione all’investimento rischioso. Il rapporto fra Stato e mercato va alla ricerca di una collocazione intermedia fra il “forzare” e il “lasciare”, e comincia ad assumere i connotati moderni della *regolazione* – uno dei concetti politici centrali emersi nella *Sattelzeit*⁶². È, in questo modo, trascina con sé dilemmi che, con le ovvie specificità, si ripropongono acutissimi ancora oggi.

È per sfuggire a contraddizioni di questa natura che vengono elaborate le innumerevoli proposte sui modi per addolcire, “illuminare”, rendere compatibile con il nesso sociale e la progettualità politica il naturale “amor proprio” degli individui⁶³; in particolare quello del ne-

ficas, Madrid 2009; *Modelli da imitare, modelli da evitare. Discussioni settecentesche su morale e commercio, ricchezza e povertà negli antichi stati italiani*, a cura di A. Alimento, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma 2009. Ricchi di spunti ed indicazioni i saggi raccolti da Loic Charles, Frédéric Lefebvre e Christine Théré in *Le cercle de Gournay. Savoirs économiques et pratiques administratives en France au milieu du XVIII^e siècle*, INED, Paris 2011.

⁶¹ Rimando in proposito agli studi di Alberto Burgio: cfr., da ultimo, *Rousseau e gli altri. Teoria e critica della democrazia fra Sette e Novecento*, DeriveApprodi, Roma 2012.

⁶² Il riferimento è a Reinhart Koselleck.

⁶³ Nel caso del “latitudinarianism” inglese, l’altruismo, essendo l’uomo animale sociale, diventa compatibile con l’amor proprio perché produce ricompense terrene: cfr. CAROL STEWART, *The Eighteenth-Century Novel and the Secularization of Ethics*, Routledge, Farnham and Burlington 2010, p. 116. Su questo punto, oltre agli studi fondatori di Pocock e dei suoi allievi (ad esempio quelli raccolti in *Wealth & Virtue. The Shaping of Political Economy in the Scottish Enlightenment*, a cura di I. Hont e M. Ignatieff, CUP, Cambridge 1983), cfr. SHELLEY BURTT, *Virtue Transformed: Political Argument in England, 1688-1740*, CUP, Cambridge 1992, in particolare le pp. 56-57. Fra gli studi ormai numerosi che leggono *The Wealth of Nations* alla luce della *Theory of Moral Sentiments*, segnalo i due libri recenti, fra loro assai diversi, di EMMA ROTHSCILD, *Economic Sentiments: Adam Smith, Condorcet, and the Enlightenment*, Harvard U.P., Cambridge (MA) 2001, e FRANÇOIS DERMANGE,

goziante, al tempo stesso cruciale e pericoloso, intorno al quale sono costruite le visioni accennate all'inizio di questo scritto. Bene privato e bene pubblico sono entrambi valori costitutivi del corpo sociale territorializzato, e l'organizzazione della loro difficile convivenza è il nucleo problematico non solo della nuova scienza del commercio – non più, citando ancora l'Abbé Coyer, «une affaire particulière, c'est une science de l'Etat»⁶⁴ – ma anche di corpi discorsivi spesso considerati nella storiografia come soluzioni armonicistiche e precorrimenti delle scienze che nell'Ottocento saranno in grado di scoprire i meccanismi spontanei della società liberandola dall'ingombro degli interventismi pubblici distortivi. Come scrive Sergio Cremaschi, nel Settecento l'economia politica ha poco a che fare con la “tetra scienza” ottocentesca: essa è «parte integrante di un discorso pubblico sui modi di far coincidere la crescita della libertà e della civiltà con la crescita dell'agricoltura e del commercio, in una parola di far coincidere ricchezza e virtù»⁶⁵. Dunque non può essere collocata, insieme alle teorie del “dolce commercio” e della “mano invisibile”, ai cosmopolitismi, ai “commercial humanisms”, al presunto solidarismo della “scuola economica italiana”, ai macchinismi fisiocratici, nel vasto e variopinto fronte di opposizione ai mercantilismi residuali, tenuti in vita fino all'ultimo '700 dalla permeabilità degli Stati agli interessi, dalla capricciosa volizione assolutista, da una “jealousy of trade” minacciosa per le economie e per il concerto internazionale occidentale⁶⁶.

Le Dieu du marché. Ethique, économie et théologie dans l'œuvre d'Adam Smith, Labor et Fides, Genève 2003.

⁶⁴ Cit. in FURIO DIAZ, *Filosofia e politica nel Settecento francese*, Einaudi, Torino 1962, p. 166n. Sulla cosiddetta scienza del commercio, abbozzata negli anni Trenta del Settecento da autori come Jean-François Melon, cfr. ora PAUL CHENEY, *Revolutionary commerce. Globalization and the French Monarchy*, Harvard U.P., Cambridge 2010.

⁶⁵ SERGIO CREMASCHI, *Legge di natura e scienza economica*, in *Etiche economiche*, a cura di M.L. Pesante, numero monografico di «Quaderni storici», 105 (2000), pp. 722-723. Sull'interesse della storia economica recente per le culture economiche cfr. *Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte. Dimensionen eines Perspektivenwechsels*, a cura di H. Berghoff e J. Vogel, Campus Verlag, Frankfurt-am-Mein e New York 2004.

⁶⁶ Fra i titoli recenti cfr.: *Der Moderne Staat und 'le doux commerce'. Politik, Ökonomie und internationale Beziehungen im politischen Denken der Aufklärung*, a cura di O. Asbach, Nomos, Baden Baden 2014; MARC BELISSA, *Fraternité universelle et intérêt national (1713-1795). Le cosmopolitisme du droit des gens*, Kimé, Paris 1998; JUNKO THÉRÈSE TAKEDA, *French Absolutism, Marseillais Civic Humanism, and the Language of Public Good*, «The Historical Journal», 49 (2006), pp. 707-734. Notazioni interessanti nella rassegna di ARNAULT SKORNICKI, *La France des Lumières et l'humanisme commercial. Bilan et perspectives historiographiques*, «Histoire, éco-

Alla domanda riproposta di recente da Lars Magnusson – «is mercantilism a useful concept still?»⁶⁷ – gli autori dei saggi qui raccolti cercano una risposta nei punti di contatto fra elaborazione intellettuale, produzione normativa, apparati istituzionali e pratiche del mercato; e lì trovano un insieme di pensieri ed atti che costituiscono un episodio cruciale delle “sperimentazioni del potere” in Europa⁶⁸. Per questa via il concetto di mercantilismo può tornare ad essere “useful”. Come sempre, tutto sta ad evitare di assumere la posizione teleologica di chi, ritenendo di sapere come le cose sarebbero andate a finire, guarda con «enormous condescension»⁶⁹ ai nostri antenati ed ai loro “errori”.

BIAGIO SALVEMINI

nomie & société», 4 (2013), pp. 75-89. Sui “limiti del cosmopolitismo” e le tensioni fra l’etica cosmopolita e la costruzione del diritto internazionale cfr. LUIGI NUZZO, *Origini di una scienza. Diritto internazionale e colonialismo nel XIX secolo*, Klostermann, Frankfurt-am-Main 2012, ed i saggi raccolti da Andrea Addobbati e Marcella Aglietti in *La città delle nazioni. Livorno e i limiti del cosmopolitismo (1566-1834)*, Pisa University Press, Pisa 2016. Contro le visioni solidaristiche di stampo cattolico della “scuola italiana”, in particolare del pensiero di Antonio Genovesi, cfr. FEDERICO D’ONOFRIO, *On the concept of ‘Felicitas Publica’ in Eighteenth-Century Political Economy*, «Journal of the History of Economic Thought», 37 (2015), pp. 449-471. Più in generale si vedano gli studi sull’ambiente intellettuale napoletano di KOEN STAPELBROEK: *Preserving the Neapolitan state: Antonio Genovesi and Ferdinando Galiani on commercial society and planning economic growth*, «History of European Ideas», 32 (2006), pp. 406-429, e *Love, Self-deceit, and Money. Commerce and Morality in Early Neapolitan Enlightenment*, Toronto U.P., Toronto 2008.

⁶⁷ LARS MAGNUSSON, *Is Mercantilism a Useful Concept?*, in *Mercantilismus. Wiederaufnahme einer Debatte*, a cura di M. Isenmann, Steiner, Stuttgart 2014, pp. 19-38.

⁶⁸ Il riferimento è a GIOVANNI TABACCO, *Sperimentazioni del potere nell’alto medioevo*, Einaudi, Torino 1993.

⁶⁹ EDWARD PALMER THOMPSON, *The Making of the English Working Class*, Penguin Books, Harmondsworth 1968, p. 13.