

STORIA ECONOMICA

ANNO XX (2017) - 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 XX (2017) - n. 2

Storia economica 1998-2017. <i>Le origini, gli assetti, la linea scientifica ed editoriale</i> , di Luigi De Matteo	p. 357
IL PUNTO NAVE. PERCORSI E ACQUISIZIONI DELLA RICERCA STORICO-ECONOMICA IN ITALIA	
a cura di Luigi De Matteo, Alberto Guenzi e Paolo Pecorari	
<i>Premessa</i> di Luigi De Matteo, Alberto Guenzi e Paolo Pecorari	» 371
GUIDO ALFANI, <i>Crisi demografiche e crisi economiche nell'Italia preindustriale (ca. 1300-1800)</i>	» 377
ANGELA ORLANDI, <i>Tradizione e innovazione nel capitalismo toscano tardo trecentesco</i>	» 395
GIOVANNI CECCARELLI, <i>Rischio e assicurazioni tra medioevo ed età moderna</i>	» 411
MARIA PAOLA ZANOBONI, <i>Il lavoro delle donne nel Medioevo</i>	» 425
MARIO RIZZO, <i>La sfera strategica e le sue implicazioni socio-economiche in età moderna</i>	» 437
GERMANO MAIFREDA, <i>Religione, istituzioni, cambiamento economico</i>	» 453
ALIDA CLEMENTE, <i>Stati e commercio nell'Europa moderna tra reti e gerarchie</i>	» 469
CARLO MARCO BELFANTI, <i>La moda è un argomento di storia economica?</i>	» 489
LUCA MOCARELLI, <i>L'ambiente in una prospettiva storico-economica: l'Italia dell'età moderna</i>	» 499
ANDREA COLLI, <i>Italy Rocks! (e perché bisogna studiarla)</i>	» 511
LUIGI DE MATTEO, <i>Mezzogiorno e Unità d'Italia. Sul distacco tra storia e memoria</i>	» 523

SOMMARIO

VITTORIO DANIELE, <i>Divisi in partenza? Nord e Sud dopo l'unificazione nazionale</i>	»	535
STEFANO MAGAGNOLI, <i>Le frontiere della food history. Storia sociale, storia economica, storia culturale</i>	»	549
SALVATORE LA FRANCESCA, <i>Breve rassegna della storiografia sulla banca in Italia</i>	»	561
PIETRO CAFARO, <i>La cooperazione: un modo antico (o nuovo?) di fare economia</i>	»	579
ALDO CARERA, <i>Nessi storiografici. Economia, lavoro, sindacato</i>	»	597
AUGUSTO CIUFFETTI, ROBERTO PARISI, <i>La memoria del lavoro negli studi di storia e archeologia del patrimonio industriale</i>	»	615
GABRIELLA CORONA, <i>L'ambiente nella storia d'Italia</i>	»	633
FREDIANO BOF, <i>Sericoltura e setificio in Italia tra Otto e Novecento: una rassegna bibliografica</i>	»	649
ANDREA CAFARELLI, <i>Navigare necesse est. La Storia marittima nell'ultimo ventennio</i>	»	673
ANDREA GIUNTINI, <i>Un paradigma per la storia della mobilità. La difficile transizione della storiografia economica italiana</i>	»	693
GIUSEPPE MORICOLA, <i>Per una storia economica dell'emigrazione: alcune indicazioni di ricerca</i>	»	707
GIAN LUCA PODESTÀ, <i>Africa e colonie, perché no?</i>	»	721
MARIO ROBIONY, <i>Siderurgia e meccanica in Italia nell'età contemporanea: orientamenti storiografici</i>	»	731
GIOVANNI FARESE, <i>Per una storia sopranazionale. Istituzioni economiche e protagonisti italiani, 1919-2019</i>	»	751
Storia economica. <i>Indice generale delle annate I-XX (1998-2017)</i>	»	767

LA MODA È UN ARGOMENTO DI STORIA ECONOMICA?

L'articolo analizza come la moda è entrata a far parte del campo di indagine della storia economica in Italia e all'estero e illustra le prospettive di ricerca per il futuro.

Moda, storia del consumo, *Made in Italy*, storia dell'impresa, storia economica

The paper analyses how fashion has become a research field for economic historians both in Italy and abroad and illustrates the research agenda for the future.

Fashion, Consumption history, Made in Italy, Business history, Economic history

Lo studio del settore tessile è da sempre centrale nelle ricerche di storia economica: dalla ricostruzione della dinamica del comparto laniero nella crescita medievale all'affermazione della lavorazione della seta in epoca moderna, per arrivare poi al ruolo motore del cotone nel processo di industrializzazione. Tuttavia, mentre è del tutto evidente che le dinamiche con le quali interagisce l'andamento di tali manifatture sono strettamente connesse con le trasformazioni della moda, la storia economica ha lungamente trascurato il ruolo svolto dalla moda come un fattore di cambiamento economico, evocandola, tutt'al più, come una sorta di elemento esogeno di catalizzazione di alcuni processi, senza mai entrare nel merito¹, dimenticando che già in epoca preindustriale alcuni acuti osservatori, come Bernard Mandeville, ne avevano colto il meccanismo fondamentale:

¹ Con qualche limitata e isolata eccezione: D.E. ROBINSON, *The Styling and the Transmission of Fashions Historically Considered*, «The Journal of Economic History», 20 (1960), pp. 576-587, e ID., *The Importance of Fashions in Taste to Business History: An Introductory Essay*, «Business History Review», 37 (1963), pp. 5-36.

La moglie del manovale più povero della parrocchia, che si rifiuta di indossare una robusta e salutare tela di Frisia, affamerà sé stessa e il marito per comprare una blusa e una gonna di seconda mano che non le rende metà del servizio semplicemente perché è più elegante. Il tessitore, il calzolaio, il sarto, il barbiere, e ogni lavoratore di condizione umile, che può condurre il suo mestiere con poco, ha l'impudenza di spendere i primi soldi che guadagna per vestirsi come un ricco commerciante [...]. La moglie del mercante, che non sopporta la presunzione di questi meccanici, si rifugia all'altro capo della città e non segue altra moda che quella che vi vede [...]. A questa emulazione e a questo continuo sforzo di superarsi a vicenda si deve se dopo tanti cambiamenti di moda, che ne hanno fatte affermare di nuove e riproposte di vecchie, vi è sempre un *plus ultra* per i più ingegnosi. È questo, o almeno la conseguenza di questo, a dare lavoro ai poveri, a spronare l'industria e a incoraggiare il bravo artigiano a cercare nuovi progressi².

Tra i primi studiosi a mostrare una sensibilità nuova è stata senz'altro Joan Thirsk, che in un importante saggio dei primi anni Settanta del Novecento ha inquadrato il tema con grande lucidità:

Fashion is accorded a lowly place by economic historians when they account for the rise of the clothing industries and the changing direction of their trade. They prefer to look for sterner economic explanations, such as the debasement of the coinage, war, new customs tariffs, and occasionally bad (or good) craftsmanship. Thus they turn their back on the evidence of the contemporaries, and on the evidence of their own eyes on the modern world. How would the clothing trades survive on their present scale but for the tyranny of fashion, which now compels all classes to change their style of dress, if not every season, then at least every year? [...] But since in every age fashions beguile all ages and classes in varying degrees, ordinary folk lower down the social scale were susceptible too, and strained their resources to ape their betters³.

Analogo orientamento è rilevabile in un lavoro pubblicato da Eric Jones nello stesso periodo⁴.

Anche la storiografia economica francese ha cominciato a manifestare un certo interesse per la moda in quel torno di tempo: nel primo volume – per qualche anno rimasto unico – della trilogia braudeliana

² B. MANDEVILLE, *La favola delle api* [1732], Roma-Bari 1987, pp. 83-84.

³ J. THIRSK, *The Fantastical Folly of Fashion: the English Stocking Knitting Industry (1500-1700)*, in *Textile History and Economic History: Essays in Honour of Miss Julia de Lacy Mann*, a cura di N.B. Harte e K.G. Ponting, Manchester 1973, pp. 50-73: p. 50.

⁴ E.L. JONES, *The Fashion Manipulators. Consumer Tastes and British Industries (1660-1800)*, in *Business Enterprise and Economic Change. Essays in Honour of Harold W. Williamson*, a cura di L.P. Cain e P. Uselding, Kent (OH) 1973, pp. 198-226.

*Civilisation matérielle, économie et capitalisme (XV-XVIII^e siècle)*⁵, dedicato a *Les structures du quotidien*, la moda ha trovato spazio in una ventina di pagine⁶, nelle quali il tema è inquadrato in maniera ancora molto prudente:

La storia degli abiti è meno aneddotica di quello che appaia. Essa pone tutti i problemi: delle materie prime, dei procedimenti di lavorazione, dei costi, delle immobilità culturali, delle mode, delle gerarchie sociali⁷.

Braudel sembra manifestare inizialmente una certa ritrosia a focalizzare il discorso sulla moda, preferendo parlare di «storia degli abiti», ma nelle pagine che seguono non esita ad entrare nel merito, indicando gli anni centrali del XIV secolo e l'Europa rispettivamente come l'epoca in cui si affermò la moda e il continente che ne vide la diffusione⁸.

Gli anni Ottanta hanno segnato un deciso progresso nella identificazione della moda come fattore significativo di cambiamento economico. Per quanto riguarda la storiografia francese, a far avanzare gli studi sull'argomento sono stati dapprima Philippe Perrot, autore del volume dedicato all'abbigliamento borghese nel secolo XIX⁹, e poi Daniel Roche con il ponderoso tomo sui guardaroba francesi tra Sei e Settecento¹⁰, che già aveva sondato il tema alcuni anni prima con il libro sul popolo di Parigi¹¹. Nel mondo anglosassone è stata decisiva l'influenza esercitata dalla raccolta che assembla i saggi di Neil McKendrick, John Brewer e J.H. Plumb sulla genesi della società dei consumi nell'Inghilterra del Settecento, nella quale lo stesso McKendrick ha firmato il saggio sulla moda¹²: volume, questo, che ha inaugurato la fortunata stagione di ricerche sui consumi in epoca preindustriale, nelle quali l'attenzione per il ruolo svolto dalla moda tanto nelle scelte

⁵ La prima edizione con il titolo *Civilisation matérielle et capitalisme* è del 1967.

⁶ F. BRAUDEL, *Civiltà materiale, economia e capitalismo (secoli XV-XVIII)*, I, *Le strutture del quotidiano*, Torino 1982, pp. 282-301.

⁷ Ivi, p. 282.

⁸ Ivi, p. 288.

⁹ P. PERROT, *Les dessus et les dessous de la bourgeoisie*, Paris 1981.

¹⁰ D. ROCHE, *La culture des apparences. Une histoire du vêtement (XVII^e-XVIII^e siècle)*, Paris 1989.

¹¹ ID., *Le peuple de Paris: essai sur la culture populaire au XVIII^e siècle*, Paris 1981, pp. 165-201.

¹² N. MCKENDRICK, J. BREWER, J.H. PLUMB, *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-century England*, London 1982.

dei consumatori quanto nelle strategie delle imprese ha trovato piena legittimazione¹³.

A proporre il tema della moda come degno di interesse per la comunità accademica degli storici economici italiani è stato Carlo Poni con la ricerca sulle strategie adottate dai mercanti lionesi di tessuti di seta nel XVIII secolo. Il saggio di Poni ha conosciuto diverse versioni, a conferma del successo riscosso: citato da Braudel come comunicazione ad un convegno¹⁴, prolusione alla XXIV Settimana dell'Istituto Internazionale di Storia economica «F. Datini» di Prato¹⁵, inserito in un volume collettaneo sul modello produttivo flessibile¹⁶, pubblicato sulla *Revue d'histoire moderne et contemporaine*¹⁷ e finalmente edito nella raccolta di saggi sulla storia della seta¹⁸. Riferimento importante per l'affermazione del tema moda nella storiografia economica italiana è stato il convegno organizzato nel 1990 dal Centro Italiano per lo Studio della Storia del Tessuto sul tema della moda pronta. Si è trattato di una importante iniziativa, tenuta a Milano, ormai consacrata capitale della moda italiana e riferimento per il *prêt-à-porter* internazionale, che ha saputo coinvolgere un largo gruppo internazionale di studiosi provenienti da aree disciplinari diverse, tra le quali appunto anche la storia economica¹⁹. Nel corso degli stessi anni Novanta il fattore moda è inserito nella cassetta degli attrezzi degli studiosi che, assecondando la forte tendenza internazionale, hanno cominciato a studiare i consumi nella società preindustriale²⁰.

¹³ La letteratura sulla storia dei consumi è ormai molto ampia, si veda la recente, corposa, sintesi di F. TRENTMANN, *Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-first*, London 2016.

¹⁴ «*Compétition monopoliste, mode et capital: le marché international des tissus de soie au XVIII siècle*, dattiloscritto, comunicazione al Convegno di Bellagio» (BRAUDEL, *Civiltà materiale*, p. 306, n. 178).

¹⁵ *Moda e innovazione: le strategie dei mercanti di seta di Lione nel XVIII secolo*, in *La seta in Europa secoli XIII-XX*, a cura di S. Cavaciocchi, Firenze 1993, pp. 17-55.

¹⁶ *Fashion as Flexible Production: the Strategies of the Lyon Silk Merchants in the Eighteenth Century*, in *Worlds of Possibilities. Flexibility and Mass Production in Western Industrialization*, a cura di C.F. Sabel e J. Zeitlin, Cambridge 1997, pp. 37-74.

¹⁷ *Mode et innovation: les stratégies des marchands en soie de Lyon au XVIII^e siècle*, «*Revue d'histoire moderne et contemporaine*», 45 (1998), pp. 589-625.

¹⁸ C. PONI, *La seta in Italia. Una grande industria prima della rivoluzione industriale*, Bologna 2009, pp. 497-542.

¹⁹ Gli atti sono stati pubblicati con il titolo *Per una storia della moda pronta. Problemi e ricerche*, Firenze 1991.

²⁰ Si vedano, ad esempio, P. MALANIMA, *Il lusso dei contadini. Consumi e indu-*

All'inizio del 2000 i tempi sono maturi per l'apertura di un cantiere di ricerca in cui la storia economica possa finalmente affrontare con approccio esplicito la funzione della moda nei processi di cambiamento economico tanto in relazione all'epoca preindustriale – quindi con chiaro riferimento all'andamento delle manifatture tessili italiane, dalla parabola del settore laniero alla prolungata stagione della seta –, quanto, soprattutto, riguardo ai secoli XIX e XX – pertanto con inevitabile enfasi sull'avvento della confezione, ma, in particolare, sull'affermazione del *Made in Italy*. Snodo centrale nell'avvio di tale processo è stato il volume 19 degli Annali della Storia d'Italia Einaudi dedicato alla moda, in cui la chiave di lettura storico-economica del fenomeno moda appare evidente soprattutto nella seconda sezione (*Materiali e confezione*), nella quale sono state analizzate le materie prime impiegate e le forme di produzione dei diversi capi d'abbigliamento²¹. L'Annale ha rappresentato l'occasione per delineare in qualche misura lo stato dell'arte, ma più ancora per stendere una agenda di ricerca in un campo tutto da esplorare, soprattutto con riferimento al ruolo che la moda ha svolto – e sta svolgendo – nell'economia italiana della seconda metà del Novecento. È nato così il gruppo di lavoro che si è impegnato nel progetto di ricerca, poi finanziato nell'ambito del programma PRIN 2003, dedicato a «L'economia della moda in Italia: origini, evoluzione e affermazione di un settore di successo (1850-1970)», i cui contributi sono usciti in un numero speciale degli Annali di storia dell'impresa del 2008²².

I frutti più maturi del cantiere di ricerca aperto con l'Annale einaudiano e proseguito con il progetto PRIN sono però le quattro importanti monografie di ricerca prodotte da altrettanti storici economici tra il 2003 e il 2012, che attestano come la moda sia diventata a pieno titolo un argomento per la storia economica. La sequenza è stata aperta da Elisabetta Merlo nel 2003, con il lavoro sull'industria italiana della moda dall'Ottocento ad oggi²³. Nel 2006 è uscita la monografia di Ivan Paris sull'industria della confezione in Italia negli anni

strie nelle campagne toscane del Sei e Settecento, Bologna 1990, e V. PINCHERA, *Lusso e decoro. Vita quotidiana dei Salviati di Firenze nel Sei e Settecento*, Pisa 1999.

²¹ *Storia d'Italia. Annali*, 19, *La Moda*, a cura di C.M. Belfanti e F. Giusberti, Torino 2003.

²² *Prima del Made in Italy*, «Annali di storia dell'impresa», 19 (2008).

²³ E. MERLO, *Moda italiana. Storia di un'industria dall'Ottocento ad oggi*, Venezia 2003.

centrali del XX secolo²⁴. È dedicato ad una delle capitali della moda italiana il volume di Valeria Pinchera del 2009, che ricostruisce il ruolo di Firenze e della Toscana nell'affermazione del *Made in Italy*²⁵. Il lavoro più recente, 2012, è quello di Cinzia Capalbo, che tratta dell'altra capitale della moda italiana, Roma²⁶.

I temi affrontati comprendono la ricostruzione della genesi della specializzazione italiana nel settore, l'analisi delle specificità dell'organizzazione produttiva del cosiddetto «sistema moda», lo studio delle strategie commerciali a livello nazionale ed internazionale, l'illustrazione delle forme di rappresentanza degli interessi e dei rapporti con i soggetti istituzionali, nonché la disamina delle interazioni con la domanda e, soprattutto, con la cultura del consumo.

Gli autori menzionati hanno contribuito al progresso delle conoscenze in materia anche con numerosi contributi usciti in sedi di pubblicazione internazionali, così come va detto che anche altri studiosi, oltre a quelli citati, si sono cimentati con successo in ricerche sul tema²⁷, confermando il percorso di riconoscimento che il tema moda ha compiuto all'interno della storia economica. Un percorso che ha visto la storia economica italiana allineata alla maturazione di analoga sensibilità nella comunità scientifica internazionale: il convegno congiunto delle due associazioni scientifiche internazionali di storia dell'impresa, European Business History Association e Business History Conference, che si è tenuto a Milano nel 2009, era dedicato al tema «Fashions: Business Practices in Historical Perspective», omaggio certo alla Milano *hub* del *fashion business* globale, ma anche attestazione della condivisa legittimazione della dignità scientifica del tema.

Analogo percorso è verificabile nelle varie comunità scientifiche nazionali. In Spagna il processo ha preso le mosse dalle pionieristiche ricerche sui consumi in epoca preindustriale di autori come Torras e Yun, recentemente sviluppate in un volume curato da Munoz Navarro²⁸, per arrivare ad una focalizzazione più diretta sul fenomeno

²⁴ I. PARIS, *Oggetti cuciti. L'abbigliamento pronto dal primo dopoguerra agli anni Settanta*, Milano 2006.

²⁵ V. PINCHERA, *La moda in Italia e in Toscana. Dalle origini alla globalizzazione*, Venezia 2009.

²⁶ C. CAPALBO, *Storia della moda a Roma. Sarti, culture e stili di una capitale dal 1871 ad oggi*, Roma 2012.

²⁷ Gianluigi Fontana, Marina Comei, Paola Lanaro, Sergio Onger, Mario Perugini, Francesca Polese.

²⁸ *Consumo, condiciones de vida y comercialización. Cataluña y Castilla, siglos XVII-XIX*, a cura di J. Torras e B. Yun, Valladolid 1999; *Comprar, vender y consu-*

moda con il volume collettaneo *Los gustos y la moda a lo largo de la historia*²⁹ e con il numero speciale della rivista *Investigaciones de historia economica* dedicato a *The business of fashion in the nineteenth and twentieth centuries* voluto da Antonio Miranda e curato con Giovanni Luigi Fontana³⁰. Gli sviluppi nel campo della storiografia francese richiederebbero una lunga elencazione che risulterebbe eccessivamente pesante, ci si limiterà perciò ad indicare tre recenti iniziative significative. La prima è il seminario di *Histoire de la mode* istituito presso l'*Institut d'histoire du temps présent* (CNRS) a Parigi, che ospita seminari e conferenze ed organizza importanti convegni internazionali³¹. La seconda iniziativa è la formazione del gruppo internazionale di ricerca istituito presso l'Università di Rennes *Apparences, Corps & Sociétés* (ACORSO)³². Merita infine una segnalazione l'avvio della pubblicazione della rivista *Modes pratiques* dedicata alla storia della moda³³. Il mondo anglosassone è così straordinariamente ricco di studi e ricerche sulla storia della moda che è possibile citare solo qualche esempio. Meritano di essere ricordati per il contributo innovativo il saggio di Maxine Berg sulla competizione tra moda francese e moda inglese³⁴, il volume di David Kuchta sulla standardizzazione della forma dell'abito maschile³⁵, il raffinato studio di Woodruff Smith sulla valenza estetica del consumo³⁶ e l'interessante ricerca di Michael Zakim su abito confezionato e democrazia negli Stati Uniti³⁷. Due iniziative particolarmente rilevanti, che confermano come il tema possa attrarre finanziamenti, sono state i progetti di ricerca *Fashioning the Early Modern. Creativity and Innovation in Europe (1500-*

mir. Nuevas aportaciones a la historia del consumo en la España moderna, a cura di D. Muñoz Navarro, Valencia 2011.

²⁹ Valladolid 2014.

³⁰ 12 (2016), fasc. 2.

³¹ <http://www.ihtp.cnrs.fr/>.

³² <http://acorso.hypotheses.org/>.

³³ <http://www.modespratiques.fr/>.

³⁴ M. BERG, *French Fancy and Cool Britannia: the Fashion Markets of Early Modern Europe*, «Journal for the Study of British Cultures», 13 (2006), pp. 21-46.

³⁵ D. KUCHTA, *The Three-Piece Suit and Modern Masculinity. England, 1550-1850*, Berkeley and Los Angeles 2002.

³⁶ W.D. SMITH, *Consumption and the Making of Respectability, 1600-1800*, New York and London 2002.

³⁷ M. ZAKIM, *Ready-Made Democracy. A History of Men's Dress in the American Republic, 1760-1860*, Chicago and London 2003.

1800)³⁸ e *The Enterprise of Culture*³⁹, entrambi finanziati nell'ambito del fondo europeo HERA.

Come appare evidente anche dalle esperienze menzionate, nel corso degli ultimi vent'anni l'interesse per la storia della moda è cresciuto anche in altri settori delle scienze sociali, dall'economia alla sociologia e, naturalmente, alle specializzazioni cronologiche della storia e le ricerche in materia sono aumentate di conseguenza: si pensi, ad esempio, al contributo offerto dai singoli ricercatori e dai gruppi di ricerca, per lo più afferenti alla storia medievale, che hanno ripreso e rinnovato un filone di indagine tradizionale, quello sulle leggi suntuarie, con lavori di sintesi, raccolte di saggi ed edizioni di fonti⁴⁰. Si è trattato di un'evoluzione che ha consentito il riconoscimento del diritto di cittadinanza del tema moda anche in quegli ambiti disciplinari, dove pure – in maniera del tutto simile a quanto avvenuto nella storia economica – la moda è stata a lungo considerata una tematica troppo frivola per esser presa seriamente in considerazione. Tale dinamica ha condotto ad un progressivo consolidamento della moda come campo di ricerca in qualche misura autonomo, certo crocevia di approcci interdisciplinari, ma dotato di una propria identità e classificato in ambito internazionale con l'etichetta *Fashion Studies*⁴¹. In altre parole, la storia della moda, affermatasi faticosamente negli ultimi vent'anni come terreno di indagine all'interno di vari settori disciplinari tradizionali della comunità scientifica internazionale, potrebbe ora vedere la confluenza di questi percorsi di eterogenea scaturigine in un unico alveo interdisciplinare⁴².

Se questa è effettivamente la prospettiva, due ordini di riflessione si impongono. La prima considerazione è relativa all'effettiva natura interdisciplinare dei *Fashion Studies*, laddove si ha l'impressione di rilevare una sorta di egemonia esercitata dagli ormai consolidati, almeno

³⁸ <http://www.fashioningtheearlymodern.ac.uk/>.

³⁹ <http://www.enterpriseofculture.leeds.ac.uk/>.

⁴⁰ M.G. MUZZARELLI, *Gli inganni delle apparenze. Disciplina di vesti e ornamenti alla fine del Medioevo*, Torino 1996; *La legislazione suntuaria secoli XIII-XVI. Emilia Romagna*, a cura di M.G. Muzzarelli, Roma 2002; *Disciplinare il lusso. La legislazione suntuaria in Italia e in Europa tra Medioevo ed Età moderna*, a cura di M.G. Muzzarelli e A. Campanini, Roma 2003.

⁴¹ Si veda ad esempio il recente International Journal of Fashion Studies, che l'editore ha collocato nel contenitore tematico dei *Cultural Studies*: <https://www.intellectbooks.co.uk/journals/view-Journal,id=230/view,page=0/>.

⁴² Per una rassegna delle tendenze in atto si può consultare la ricca silloge *Moda. Storia e storie*, a cura di M.G. Muzzarelli, G. Riello ed E. Tosi Brandi, Milano 2010.

a livello internazionale, *Cultural Studies*⁴³, che potrebbero orientare la ricerca in una direzione piuttosto che in un'altra. La seconda riflessione chiama inevitabilmente in causa la diffidenza con la quale alcune comunità accademiche nazionali – quella italiana, ad esempio – guardano alle tematiche e agli approcci di carattere interdisciplinare. Queste persistenti criticità di collocazione disciplinare del tema dovrebbero indurre gli storici economici interessati a proseguire – o iniziare, per quanti volessero avvicinarsi per la prima volta all'argomento – nel filone di ricerca sulla moda a mantenere un percorso di indagine ancorato alle questioni tipiche della storia economica, ovviamente senza rinunciare ad una fruttifera contaminazione interdisciplinare, ma senza cedere alle lusinghe di un approccio eccessivamente – e come tale, annacquato – onnicomprensivo.

C'è ancora molto da fare, effettivamente, e l'agenda della ricerca storico-economica include diversi approfondimenti che si avvalgano degli approcci tipici della *business history*, ma anche di approcci più tradizionali. In gran parte ancora da studiare, ad esempio, è la storia dei *brand* che hanno fatto la storia della moda *Made in Italy*⁴⁴, ma la storia stessa dell'idea di *Made in Italy*, nelle sue declinazioni culturali e commerciali, non è ancora stata scritta. Le associazioni imprenditoriali del settore e le varie forme organizzative della rappresentanza degli interessi sono state studiate solo marginalmente e il tema meriterebbe una illustrazione adeguata anche in prospettiva comparativa, soprattutto con riferimento alla Francia. Il carattere policentrico del sistema moda italiano, che ha visto alternarsi e convivere, a seconda dei periodi, diversi centri della penisola – Torino, Firenze, Napoli, Roma, Milano – reclama una ricostruzione ed una analisi accurate, che diano conto alla comunità scientifica internazionale di questa peculiarità nostrana⁴⁵. Ma questi sono solo alcuni, possibili, percorsi di ricerca sulla moda come argomento di storia economica.

CARLO MARCO BELFANTI
Università degli Studi di Brescia

⁴³ Per una introduzione si veda *The Cultural Studies Reader*, a cura di S. Daring, London and New York 2001.

⁴⁴ Uno studio di caso è presentato in C.M. BELFANTI, E. MERLO, *Patenting fashion: Salvatore Ferragamo between craftsmanship and industry*, «Investigaciones de Historia Económica», 12 (2016), pp. 109-119.

⁴⁵ Sul tema si veda ad esempio *Fashion's World Cities*, a cura di C. Breward e D. Gilbert, Oxford and New York 2006.