

Essere mercante: «governare lui et le sue mercantie et denari» (secc. XIV-XVI)

Angela Orlandi

1. Introduzione

Essere mercante: mercante eroico, mercante accumulatore di ricchezze, mercante moderno, mercante in rete; quasi un secolo di studi dedicati all'uomo di affari tardomedievale. Una storiografia che si è evoluta con la stessa attività mercantile¹.

Il mercante eroico del XIII secolo caro ad Armando Sapori, dai tratti moralmente irreprensibili, tormentato tra desiderio di ricchezza e peccato di avarizia, come quello della Cena delle beffe pronto a difendere il proprio Paese con la spada e con il denaro. I Bardi e i Peruzzi, a capo di compagnie grandi come molossi e famosi prestatori della corona inglese, ne erano gli esempi più significativi.

Nella seconda metà del Trecento si aprì una crisi economica contrassegnata da fenomeni involutivi che investirono anche gli uomini di affari ormai deprivati dei valori etici appartenuti ai loro padri, del loro orgoglioso senso civico e, nel caso dei fiorentini, del loro concetto di libertà repubblicana. In quei nuovi imprenditori prevaleva ormai l'interesse privato su quello pubblico (Sapori 1955a e 1955b). Per Sapori il noto mercante di Prato, Francesco Datini, ne era

¹ Un quadro completo della letteratura esistente su connotati e azione del mercante del tempo è praticamente impossibile; ci limiteremo, di volta in volta, a segnalare per ciascun aspetto gli studi più significativi.

Angela Orlandi, University of Florence, Italy, angela.orlandi@unifi.it, 0000-0001-6593-8954

Referee List (DOI 10.36253/fup_referee_list)

FUP Best Practice in Scholarly Publishing (DOI 10.36253/fup_best_practice)

Angela Orlandi, *Essere mercante: «governare lui et le sue mercantie et denari» (secc XIV-XVI)*, © Author(s), CC BY 4.0, DOI 10.36253/979-12-215-0319-7.45, in Giovanni Mari, Francesco Ammannati, Stefano Brogi, Tiziana Faitini, Arianna Fermari, Francesco Seghezzi, Annalisa Tonarelli (edited by), *Idee di lavoro e di ozio per la nostra civiltà*, pp. 387-396, 2024, published by Firenze University Press, ISBN 979-12-215-0319-7, DOI 10.36253/979-12-215-0319-7

un tipico esempio. Proprio negli anni Cinquanta del Novecento Datini divenne protagonista di una polemica più ampia, quella sulla nascita del capitalismo commerciale e sul peso che su di essa aveva avuto il pensiero cattolico o protestante. In contrapposizione con lo storico senese, le indagini di Federigo Melis, concrete e fondate su solide basi quantitative e puntuali analisi qualitative, facevano emergere un uomo di affari che di lì a poco avrebbe acquisito tutti i tratti del grande mercante-banchiere e imprenditore rinascimentale. Esso continuava a vivere le contraddizioni tra peccato, guadagno e ricchezza, ma non necessariamente era succubo del denaro e della sua ricerca (Orlandi 2018b).

La letteratura più recente, ormai sensibile ai processi e ai meccanismi di modernizzazione, ha aggiunto una nuova chiave di lettura, quella del mercante in rete che agiva inserito in un fitto reticolo di operatori, connazionali e non, presenti nelle più importanti piazze economiche dell'Europa e del Vicino Oriente. Lungo quelle maglie scorrevano notizie di ogni genere, descrizioni di fatti, pensieri, perfino emozioni. Si trattava di una modalità di azione particolarmente utilizzata dai toscani. Comportamenti analoghi, seppure meno accentuati, soprattutto per la capacità di creare legami con soggetti di diversa cultura, nazionalità e religione, si riscontravano anche nel mondo veneziano e genovese.

In questo quadro proveremo a tratteggiare la concezione del lavoro di un mercante del tardo Medioevo e della prima Età Moderna che, ormai sedentarizzato, era a capo di sistemi aziendali medio-grandi, impegnato nella manifattura, nei traffici commerciali e in complesse operazioni finanziarie². Proveremo a farlo ben sapendo, come scrive Paolo Nanni, che ogni operatore era diverso dall'altro e che i suoi comportamenti erano influenzati da attitudini, carattere e ambizioni personali (Nanni 2010, 7). Lo faremo seguendo il metodo di indagine proposto da Federigo Melis nel 1975: ci collocheremo idealmente alla scrivania del mercante di quei secoli provando a rivivere con lui l'organizzazione della sua azienda e delle sue imprese (Melis 1975, 332; Orlandi 2018, 11).

2. Il mercante, qualche elemento definitorio

Sin da quando la figura del mercante ha preso corpo scardinando l'ordine predefinito della tripartizione tipica della società feudale molti hanno tentato di precisarne i tratti.

Non ci soffermeremo sull'evoluzione della trattatistica che, soprattutto religiosa, già dal XII secolo e seppure lentamente, ne ha superato la visione negativa per riconoscere l'utilità che il commercio e chi lo esercitava avevano per la società (Todeschini 2002). Delineeremo invece il pensiero di scrittori, spesso anch'essi operatori economici, che hanno provato a individuarne le caratteristiche ideali senza trascurare limiti e mancanze. Tra i primi incontriamo Paolo da Certaldo, Leon Battista Alberti e Matteo Palmieri (da Certaldo 1945, Alberti 1994, Palmieri 1982); fu comunque Benedetto Cotrugli, diplomatico, lette-

² Non tratteremo, dunque, la figura del mercante itinerante tipica dell'XI e XII secolo.

rato e mercante raguseo che, nel suo *Libro dell'arte di mercatura* (1458), offrì la descrizione del «mercante perfetto» (Cotrugli 1990). Egli sottolineava come pochi fossero «i veri mercanti», potevano essere considerati tali solo uomini «universalissimi» la cui attività non solo li arricchiva, ma faceva il «commodo et salute della repubblica». Ribadiva l'idea che fossero utili per rifornire le comunità di beni, dare direttamente o indirettamente lavoro, riempire con le loro tasse i forzieri dei governi (Braunstein e Franceschi 2007, 657). Proprio queste funzioni gli garantirono quel riconoscimento sociale difficile da raggiungere anche nella contemporaneità. Il «pregiudizio negativo, legato all'idea che il guadagno non possa essere disgiunto dal peccato originale» (Braunstein e Franceschi 2007, 655) è stato duro a morire. Basti pensare, tra i possibili esempi, al volume di Samuel Smiles, *Self-Help* (1859), sorta di operetta morale sui pregi dell'imprenditore che fu tradotta in molte lingue con almeno sessantacinque edizioni.

Torniamo a Benedetto Cotrugli che arricchì la definizione del suo mercante con una molteplicità di qualità: ingegno, industriosità, prudenza, modestia oltre che capacità di cogliere le occasioni e di confrontarsi con i più grandi come con i più piccoli. Questi aspetti, seppure con sfumature e accentuazioni diverse si ritrovano in alcuni trattatisti del XVI e XVII secolo. Giovanni Maria Memmo nel 1564, Tomaso Garzoni vent'anni dopo, Giovanni Domenico Peri nel 1672 e Jacques Savary nel 1675 ne indicavano le caratteristiche salienti (Braunstein e Franceschi 2007, 660-64).

Tra le illustrazioni che riteniamo più efficaci e chiare vogliamo ricordare quella del canonico lateranense Garzoni il quale, nelle prime righe dell'opera che lo rese famoso, scriveva:

Questa professione poi è una professione accorta, scaltrita, sottile, ingegnevole, laboriosa, e cui bisogna grandissima memoria, intelletto e cognizione [...] di tutte le sorti di monete che si spendono in diversi paesi, e di quelle sopra le quali si guadagna, e di quelle sopra le quali si perde; la cognizione e pratica de' cambi che si fanno da un luogo all'altro; e similmente il conoscere che mercanzie hanno buon recapito in questo, e quali in quell'altro luogo (Garzoni 1996).

Queste erano le competenze necessarie per «saperssi governar» (Cessi 1934, citato da Braunstein e Franceschi 2007, 661).

3. Diventare mercante

Quando, alla metà del XV secolo, Benedetto Cortugli scriveva che chi faceva il mercante doveva essere capace di «governare lui, et le sue mercantie et denari con certo hordine tendente al fine suo» (Cotrugli 1990, 158) ben sapeva che per riuscirvi occorreva essere adeguatamente preparati: saper leggere, scrivere, applicare la matematica all'economia e sperimentare in azienda le competenze acquisite. Alla base di tutto si trovava la formazione culturale.

Nella Firenze di Dante e Petrarca, si teneva in grande considerazione questo aspetto. Era del tutto normale, se non necessario, che un artigiano o un commerciante sapesse leggere, scrivere e far di conto; un maestro d'abaco fiorentino dichiarava che il suo programma di insegnamento conteneva quanto fosse

«[...] sufficiens ad standum in apotecis artificis» (Orlandi 2008, 12). Questa la traduzione del pezzo in latino: sufficiente a operare nella bottega artigiana.

La preparazione scolastica di un uomo di affari trovava completamente nella pratica mercantile e finanziaria che si poteva realizzare anzitutto tramite l'apprendistato, ma anche con le prime responsabilità all'interno della bottega e con l'esperienza in paesi lontani. Riguardo quest'ultimo aspetto è molto significativo quello che un toscano, Tuccio di Gennaio, scriveva al fratello Giovanni, da poco tempo trasferitosi a Ibiza; gli raccomandava di tenere un quaderno dove scrivere «breve e sustanzevole», di non giocare d'azzardo, di stare lontano dalle schiave e soprattutto vivere con parsimonia, facendo «conto d'esere in nave» (Orlandi 2018a).

Non è questo il luogo per discutere sulle premesse e sui meccanismi sociali e culturali che provocarono nel mondo economico fiorentino simili fenomeni e simili consapevolezze. Qui importa rilevare che tutto ciò fu anche causa ed effetto della evoluzione economica trecentesca. La crisi che conseguì alla peste del 1348 trovò un gruppo dirigente e una consistente parte degli operatori pronti ad accettare e vincere la sfida di una rapida ricostruzione (Nigro 2020; Orlandi 2018c).

In ogni caso il tema della preparazione era considerato di grande rilevanza anche in molte altre realtà della Penisola. A Venezia i giovani si avviavano alla mercatura seguendo maestri d'abaco e maestri di memoria specialisti nell'insegnare metodi di apprendimento mnemonico. Anche nella Laguna si chiudeva con la pratica nei fondaci dove, talvolta, si poteva mettere da parte un po' di denaro per dare avvio a una propria azienda. Nel complesso, il livello formativo che si raggiungeva era elevato, non era un caso che i tedeschi venissero in città per apprendere i principi della contabilità (Lane 1982, 14-8).

A Milano si riteneva che un bambino di sette anni dovesse prima imparare a leggere e a scrivere, poi la grammatica e, infine, per dedicarsi alle attività economiche doveva seguire la scuola di abaco (De Luca, Nuovo, e Piseri 2021, 27)

A Genova i genitori sembravano più interessati al «processo dell'apprendere che alle cose da apprendere». Non mancavano casi in cui si chiedeva ai maestri di insegnare a leggere, a scrivere, a fare di conto ma, molto più di frequente, si preferiva che si concentrassero sul latino che i giovani dovevano conoscere «bene, et fideliter et sine fraude», perché capace di sviluppare memoria e attitudine al ragionamento. Anche nella Superba la preparazione teorica si completava nella bottega, nel fondaco, in nave, un'esperienza che metteva gli apprendisti a contatto diretto con il mondo della mercatura (Borlandi 2012).

Insomma, *mutatis mutandis*, sembra quasi che gli operatori economici del Medioevo e della prima Età Moderna, riceversero un tipo di preparazione simile a quella che propongono gli attuali principi di governo aziendale.

4. La mercatura

La formazione culturale era fondamentale, ma è indubbio che la predisposizione fosse altrettanto importante (Cotrugli 1990, 100). Giovanni Maria

Memmo nel 1564 sottolineava che solo l'innata inclinazione avrebbe permesso al mercante di divenire perfetto, più o meno nello stesso modo si esprimeva il Garzoni. Un secolo dopo Giovanni Domenico Peri confermava che chi avesse voluto impegnarsi nella mercatura doveva avervi disposizione (Peri 1672, citato da Braunstein e Franceschi 2007, 660). Una propensione che talvolta i trattatisti concretizzavano nella «buona immaginazione» intesa sia come competenze tecniche e immaginifiche destinate a creare nuovi prodotti, sia come capacità relazionali necessarie per interfacciarsi in modo disinvolto con i clienti (Savary 1739, citato da Braunstein e Franceschi 2007, 660).

Insomma attitudine naturale per i più fortunati e, lo abbiamo visto, preparazione teorica e pratica per molti consentivano di diventare un mercante capace di ben esercitare il mestiere.

Ma che cosa si intendeva per mercatura? Per l'Alberti era un «essecizio civile utile alla famiglia», Palmieri invece, con impassibilità, la presentava «grande et copiosa, mandante et conducente di molti luoghi». Per Cotrugli era «industria gloriosa» e «arte o vero disciplina intra persone ligiptime giustamente ordinata in cose mercantili, per conservatione del'humana generation, con isperanza niente di meno di guadagno» (Cotrugli 1990, 93-6). Nel 1561 Antonio Maria Venusti nel suo discorso, retoricamente, si chiedeva

qual'arte sia giamai più comendata della Mercantia utilissima? [...] O adunque nobile, degna, gloriosa, e divina Mercantia: poiché sola ci apporti tanti commodi, tanti honori, et tanta gloria (Venusti 1561, 13-4, citato da Braunstein, e Franceschi 2007, 655-56).

La definizione del mestiere come arte era diffusa tra gli stessi operatori economici che la completavano con un codice comportamentale. In una lettera del 1526, inviata da Firenze a Cadice, Matteo Botti, noto mercante della Città del Giglio, così rispondeva al fratello Giovambattista che dall'Andalusia gli chiedeva l'invio di un prezioso sciamito per un abito:

se gli altri vestono tanto pomposi e stracono tanti drappi, io conforto te a pigliare un modo medio, da potere mantenersi e non avere a chalare di basso e sempre uno merchante sarà più chonmendabile andare secondo l'arte e non secondo lo gentiluomo che è arte apposita (Orlandi 2007, 349).

In questo quadro la visione che il mercante aveva del suo lavoro può essere affrontata su un duplice piano: teorico e pratico. Riguardo al primo aspetto, il termine su cui riflettere è «ragione». Un anonimo mercante trecentesco aveva acutamente osservato che i commerci si dovevano praticare «per ragione» e non «per oppenione» (Corti 1962, 119). Efficace riflessione che sottolineava la consapevolezza di quanto fosse importante prendere decisioni analizzando i dati a disposizione. Questo connotato di razionalità, su cui buona parte della storiografia del Novecento si è più volte soffermata, era una rilevante caratteristica degli operatori toscani, particolarmente inclini a raccogliere informazioni e accrescere le proprie conoscenze non solo matematiche e contabili, ma anche di contesto, indispensabili per prendere decisioni. D'altra parte la notizia era

merce di lusso e anche quella che all'apparenza sembrava marginale, poteva rivelarsi utile (Orlandi 2008, 15-6).

Così il termine ragione ricorreva in una molteplicità di accezioni nella vita lavorativa. A Firenze, ad esempio, il contratto societario si chiamava «ragione», ma accanto a questo importante significato occorre aggiungerne altri. Il lavoro doveva essere svolto con la «ragione in mano» ossia con buon fine ma anche con capacità di discernere, argomentare, dare certezza. Insomma era lo strumento che aiutava a interpretare la realtà. D'altra parte «la ragione era la grande capacità del mercante, perché la sua forza era il realismo» (Nanni 2010, 88-98, 97).

Sul piano pratico la mercatura, come intuibile, si estrinsecava in una molteplicità di fatti che riguardavano la 'merchatantia e i chanbi' ossia compravendita di merci in proprio o su commissione e operazioni cambiarie, creditizie e finanziarie.

I mercanti tardomedievali e della prima Età Moderna non avevano una significativa specializzazione merceologica, trattavano ogni tipo di prodotto. Se, come intuibile, tra i veneziani uno spazio importante era ricoperto dalle spezie, tra i genovesi dal cotone e dall'allume, e tra i fiorentini dalla lana e dai panni, nessuno di loro si lasciava sfuggire l'opportunità di trattare qualunque cosa. Anche l'attività cambiaria e creditizia occupava spazi significativi, le restrizioni che la Chiesa poneva alla compravendita di valuta, rimanevano sostanzialmente lettera morta o comunque si cercava di eluderle. D'altra parte lo stesso Cotrugli sosteneva come i denari fossero i ferri del mestiere del mercante e come tali indispensabili (Cotrugli 1990, 65). La loro circolazione era imprescindibile per i commerci e più in generale per la crescita economica.

Si è detto che per svolgere al meglio questo suo multiforme mestiere e ottenere buoni risultati, il nostro mercante doveva osservare i contesti per valutarne le opportunità e scegliere le forme e le modalità più adatte per intervenire; per pianificare strategie economiche di successo occorreva essere informati. Così ognuno dedicava al carteggio larga parte della propria giornata lavorativa; talvolta si arrivava a dire che «il cervello non bastava al tanto scrivere», ma la posta in gioco lo imponeva. Non solo, lo scambio epistolare tra il mercante-imprenditore e i suoi collaboratori, tra i collaboratori medesimi, tra loro e i corrispondenti dimostrava in ogni momento le capacità lavorative e l'affidabilità dei comportamenti personali (Orlandi 2014, 146; Orlandi 2017).

Questa preoccupazione, che ai nostri occhi potrebbe apparire ossessiva, era una regola di comportamento condivisa, anche se con diversa intensità. Lo dimostra il giudizio che, da Genova, il fiorentino Andrea di Bonanno espresse nei confronti di un corrispondente piemontese: «[...] e non sono gente, scrivono al loro modo, pesa loro la penna!» (Orlandi 2008, 15).

La ricerca di esiti economici vantaggiosi seguiva vari percorsi. Si potevano prendere decisioni per tentare di condizionare il mercato o seguirne l'evoluzione per sfruttarne le opportunità; era comunque inevitabile che le due modalità si sovrapponevano. Molti gli esempi che potremmo fare e che, da questo punto di vista, ci aiutano a definire il mestiere del mercante. Nel primo caso proponiamo quanto Girolamo Priuli ci racconta a proposito dei veneziani che

a suo dire «come uno tiem la roba, tutti la volenno tenir, et chome uno la vol vender, tutti la volenno vender senza medio alchuno, ma tutto in extremidade». Comportamenti che portavano i tedeschi, buoni clienti per il pepe, a non comprare quando gli operatori della Laguna volevano vendere, spingendoli così ad abbassare il prezzo e quando questo fosse calato ad acquistare (Braunstein e Franceschi 2007, 661). Ma anche osservare il mercato e ancor più tutto ciò che poteva influenzare la disponibilità dei beni su di esso consentiva di ottenere buoni risultati. È quello che accadde nel 1397 con la grana, prezioso colorante in rosso. La notizia, che non ne sarebbe arrivata dall'Oriente bloccato da conflittualità belliche, allertò gli uomini di affari più informati che immediatamente si accaparrarono quella iberica e barbaresca per rivenderla con grandi guadagni (Orlandi 2010, 380).

Se poi il nostro mercante si trovava a capo di un sistema societario, tra i suoi compiti c'erano le questioni inerenti il management. Una governance efficiente garantiva buone performance aziendali, quindi scegliere i collaboratori, controllarli, correggerne i comportamenti e fidelizzarli occupava tempo e pensieri. In primo luogo bisognava selezionare capitale umano di elevata qualità, dotato di competenze, cultura del rischio e preparazione. Si trattava di un compito per il quale il dirigente doveva dare fondo a tutta l'esperienza maturata sul campo. Il patto che legava compagni, collaboratori e aiutanti al mercante-imprenditore esigeva un moderno tipo di fedeltà, una fedeltà all'impresa finalizzata al guadagno e un reciproco affidamento in cui, ovviamente, il ruolo determinate apparteneva al dirigente e, sopra di lui, al socio di maggioranza. Si usavano i mezzi e gli strumenti più diversi: dalla forza del denaro come l'attribuzione di funzioni dirigenziali ai soci così incentivati al buon andamento del sistema a una vantaggiosa ripartizione degli utili, alla forza della identificazione con il gruppo e con il suo compagno di maggioranza (Orlandi 2014, 119-23). Tutto ciò andava attentamente tenuto sotto controllo con impegno di tempo e grande cura non solo perché coinvolgeva il buon risultato dell'impresa, ma anche perché il comportamento scorretto di soci, aiutanti e perfino corrispondenti poteva scalfire la reputazione aziendale, un rischio troppo alto da correre, soprattutto nel mondo toscano dove la fiducia era alla base dell'attività commerciale.

Una governance efficiente richiedeva anche chiarezza contabile che significava chiarezza dei rapporti. La tenuta e il controllo dei conti era una parte importante del lavoro dell'uomo di affari. D'altra parte la contabilità era un essenziale strumento di vigilanza della gestione aziendale e dunque anche del lavoro di soci e collaboratori. Infine la complessità dei sistemi monetari richiedeva tempo oltre che elevate competenze (Orlandi 2021a; 2021b).

È forse proprio il tempo l'elemento che unisce teoria e pratica della mercatura e il modo di intenderla da parte di chi la esercitava. I mercanti sapevano bene che utilizzarlo razionalmente era fondamentale per ottenere profitti e successo. Insomma, ricchezze e onore erano il frutto del lavoro svolto con tenacia, onestà, senso del dovere e uso corretto del tempo. Non a caso si diceva: «chi tempo à e tempo aspetta, tempo perde». E perdere tempo era «la più chara chosa che noi abbiamo» (Greci 2004, 171-268, 249-62, 253).

In un certo senso, proprio il suo uso qualificava la loro etica del lavoro. Lo dimostrano bene le parole scritte da Francesco Datini agli inizi del Quattrocento: «elgli è meglio e p(i)ue chontantamente lo scrivere che stare oziozo o andarsi trastullando, pure che fosse chon onore e chon profetto» (Greci 2004, 254).

5. Conclusioni

Veneziani prudenti, interessati ad attività di breve e media durata, e spesso solitari nella loro azione, capaci di spostare con grande velocità ed efficacia i capitali da un settore economico all'altro (Lane 1982, 161).

«Genuensis, ergo mercator» si diceva nel Medioevo. Boccaccio li definiva «uomini naturalmente vaghi e rapaci», ma certamente abilissimi nel mondo degli affari anche se, per i toscani, peccavano di un individualismo esasperato (Giagnacovo 2005, 54-5).

Fiorentini, «quinto elemento dell'universo», un'espressione con la quale Bonifacio VIII ne elogiava l'intraprendenza, costatandone la presenza in ogni parte del mondo (Tripodi 2010).

Al di là delle peculiarità, erano tutti mercanti che avevano ampiamente superato gli ideali di utile e di onore propri dell'operatore medievale, con nuove concezioni di guadagno e successo negli affari (Bec 1967, 60). Avevano razionalizzato i metodi per raggiungere il profitto, ampliato la rete e il volume degli scambi, accumulato grandi ricchezze, impegnati nel traffico delle merci, nelle attività finanziarie e manifatturiere. Mercanti che 'sapevano governare' sé stessi e le loro attività e che spesso, soprattutto nel mondo toscano, vivevano la mercatanzia non solo come un mestiere, ma come un modo di intendere la vita. Quasi una missione come quella del medico che «che i(n) mentre viva e' medicha» (Nanni 2010, 87). E se il mercante perfetto non poteva farsi distrarre dalla ricerca del guadagno, la ricerca non doveva prolungarsi troppo. Come diceva Francesco Datini: «Chonperò molti libri in volghare, per legierli quando mi rincrescerà i fatti della merchatantia» (Melis 1962, 93). Un rincrescimento che, a dire il vero, per il pratese arrivò raramente. D'altra parte i nostri uomini di affari erano ormai ampiamente consapevoli di quello che, già nel XII secolo, un grandissimo teorico della Scolastica come Ugo di San Vittore sosteneva: «L'esercizio del commercio unisce i popoli, placa le guerre, consolida la pace e trasferisce i beni dal possesso privato al vantaggio di tutti» (Ugo di San Vittore ante 1125) compreso il vantaggio delle loro aziende e città sino a compiacersi delle bellezze create attraverso il loro lavoro (Bec 1967, 444).

Riferimenti bibliografici

- Alberti, Leon Battista. 1994. *I libri della famiglia*, a cura di Ruggero Romano e Alberto Tenenti, nuova edizione a cura di Francesco Furlan. Torino: Einaudi.
- Bec, Christian. 1967. *Les marchands écrivains. Affaires et humanisme à Florence 1375-1434*. Paris: Mouton & company.
- Borlandi, Franco. 2012. "Discorso di inaugurazione dell'anno accademico 1962-1963 dell'Università di Genova." *Società Ligure di Storia Patria, Biblioteca digitale*: 223-30.

- Braunstein, Philippe, e Franceschi, Franco. 2007. «Saperssi governar». Pratica mercantile e arte di vivere." In *Il Rinascimento italiano e l'Europa. Commercio e cultura mercantile*, vol. IV, 655-77. Vicenza: Colla Editore.
- Cessi, Roberto, a cura di. 1934. "I Diarii di Girolamo Priuli (AA 1499-1512)." In *Rerum Italicarum Scriptores*, t. XXIV, parte III, II. Bologna: Zanichelli.
- Corti, Gino. 1952. "Consigli sulla mercatura di un anonimo trecentista." *Archivio Storico Italiano* 110, 1: 114-19.
- Cotrugli, Benedetto. 1990. *Il libro dell'arte di mercatura*, a cura di Ugo Tucci. Venezia: Arsenale Editrice.
- da Certaldo, Paolo. 1945. *Libro dei buoni costumi*, a cura di Alfredo Schiaffini. Firenze: Le Monnier.
- De Luca, Giuseppe, Nuovo, Angela, e Federico Piseri. 2021. *La formazione del mercante. Scuole libri cultura economica a Milano nel Rinascimento*. Milano: Editoriale Delfino.
- Garzoni, Tomaso. 1996. *La piazza universale di tutte le professioni del mondo*, a cura di Paolo Chierchi, e Beatrice Collina, 874-86. Torino: Einaudi.
- Giagnacovo, Maria. 2005. *Mercanti toscani a Genova. Traffici, merci e prezzi nel XIV secolo*. Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane.
- Greci, Roberto. 2004. *Mercanti, politica e cultura nella società bolognese del basso Medioevo*. Bologna: Clueb.
- Lane, Frederic C. 1982. *I mercanti di Venezia*. Torino: Einaudi.
- Melis, Federigo. 1962. *Vita economica medievale (studi nell'Archivio di Sato di Prato)*. Firenze: Olschki.
- Melis, Federigo. 1975. "Sulle fonti tipiche della storia economica; per una particolare tecnica di lavoro dello storico (relativamente ai secoli XII-XVII)." *Rassegna Economica* 39, 2: 307-32.
- Nanni, Paolo. 2010. *Ragionare tra mercanti. Per una rilettura della personalità di Francesco di Marco Datini (1135 ca.-1410)*. Pisa: Pacini Editore.
- Nigro, Giampiero. 2020. "Alle origini del fattore Italia: lavoro e produzione nelle botteghe fiorentine del Rinascimento." In *En torno a la economía mediterránea medieval. Estudios dedicados a Paulino Iradiel*, a cura di Antoni Furiò, 41-51. València: Publicacions de la Universitat de València.
- Orlandi, Angela. 2007. "Affaires et petites vanités. Un marchand florentin à Lyon au XVI^e siècle." In *Commerce, voyage et expérience religieuse XVI^e-XVIII^e siècles*, édité par Albrecht Burkardt, Gilles Bertrand et Yves Krumenacker, 341-57. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Orlandi, Angela. 2008. *Mercanzie e denaro: la corrispondenza datiniana tra Valenza e Maiorca (1395-1398)*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València.
- Orlandi, Angela. 2010. "La compagnia di Catalogna: un successo quasi inatteso." In *Francesco di Marco Datini. L'uomo il mercante*, 357-87. Firenze: Firenze: University Press.
- Orlandi, Angela. 2014. "Le prestazioni di una holding tardo medievale rilette attraverso alcune teorie di management e la Social Network Analysis." In *Innovare nella Storia Economica: Temi, Metodi, Fonti, Roma 10-11 ottobre 2014*, 117-48. Prato: Fondazione Istituto Internazionale di Storia Economica "F. Datini"-Prato, 146.
- Orlandi, Angela. 2017. "Tradizione e innovazione nel capitalismo toscano tardo trecentesco." *Storia Economica* 20, 2: 395-410.
- Orlandi, Angela. 2018a. "Ibiza entre el Mediterráneo, el Atlántico y el Mar del Norte (siglos XIV y XV)." *eHumanista* 38: 48-64.
- Orlandi, Angela. 2018b. "Storie di imprese e imprenditori." In Irene Sanesi, *Buona ventura. Lezioni italiane di storia economica per imprenditori del futuro*, 7-16. Bologna: il Mulino.

- Orlandi, Angela. 2018c. "Tra austerità e lusso. Modelli di consumo dei mercanti fiorentini tra XIV e XVI secolo." In *Faire son marché au Moyen Âge. Méditerranée occidentale, XIII^e-XVI^e siècle*, édité par Juducaël Petrowiste, et Mario Lafuente Gómez, 31-45. Madrid: Casa de Velázquez.
- Orlandi, Angela. 2021a. "La gestione di un portafoglio titoli nella contabilità cinquecentesca." *Storia economica* 24, 1-2: 45-72.
- Orlandi, Angela. 2021b. "The emergence of double-entry bookkeeping in Tuscan firms of the thirteenth and fourteenth centuries." *Accounting History* 26, 4: 534-51.
- Palimieri, Matteo. 1982. *Vita civile*, a cura di Gino Belloni. Firenze: Sansoni.
- Peri, Giovanni Domenico. 1672. *Il negoziante*, parte IV. Venezia: Herts.
- Sapori, Armando. 1955a. "Cambiamento di mentalità del grande operatore economico tra la seconda metà del Trecento e i primi del Quattrocento." In Armando Sapori, *Studi di Storia Economica. Secoli XIII-XIV-XV*, vol. III, 457-85. Firenze: Sansoni.
- Sapori, Armando. 1955b. "Economia e morale alla fine del Trecento: Francesco di Marco Datini e ser Lapo Mazzei." In Armando Sapori, *Studi di Storia Economica. Secoli XIII-XIV-XV*, vol. I, 155-79. Firenze: Sansoni.
- Savary, Jacques. 1739. *Le Parfait Négociant, ou Instruction générale pour ce qui regarde le commerce de toute sorte de marchandises de France, et des Pays Estranger*, parte I, lib. 1, cap. 4. Lyon: Lyons.
- Todeschini, Giacomo. 2002. *I mercanti e il tempio. La società cristiana e il circolo virtuoso della ricchezza fra Medioevo ed Età Moderna*. Bologna: il Mulino.
- Tripodi, Claudia. 2010. "I fiorentini 'quinto elemento dell'universo'. L'utilizzazione economicistica di una tradizione/invenzione." *Archivio Storico Italiano* 168, 3: 491-516.
- Ugo di San Vittore, *Didascalicon*, II, XXIII. <http://www.fh-augsburg.de/~harsch/Chronologia/Lspost12/Hugo/hug_intr.html> (2022-11-27).
- Venusti, Antonio Maria. 1561. "Discorso di Antonio Maria Venusti, d'intornio alla Mercanti." In *Compendio utilissimo di quelle cose, le quali a nobili e christiani mercanti appartengono*. Milano: Antoni. 13-14 in Braunstein e Franceschi. "«Saperssi governar»", 655-56.