CARPANO
MARTINI
REGISTERED TRADE MARK
VINO VERMOUTH BIANCO
della Casa
MARTINI E ROSSI
SUCCESSORI
MARTINI, SOLA E C.
TORINO
STABILIMENTO IN PESSIONE
TORINO
ENZA MINISTERIALE DI PRODUZIONE VERMOUTH E APERITIVI N. 1
www.delcampe.net
CINZANO
118
Li 6. gennaro 1757.
Progetto di ristauro
della facciata del negozio
da liquori del Sig. Revelli
posto in Via Milano
Casa Molines N°
Nulla osta per parte del Proprietario
Torino 30 Aprile 1879
Francesco Molines
Revelli Gio. Maria
Nulla osta per parte
dell'inquilino degl'Immezzati
Mattura G. B.
Torino il 30 Aprile 1879
Scala di 1:20
REVELLI GIO.
FABBRICANTE DI LIQU
CARPANO

POLITECNICO DI TORINO

Collegio di Architettura

Corso di Laurea Magistrale in Architettura per il Restauro
e Valorizzazione del Patrimonio

Tesi di Laurea Magistrale

Il vermouth e Torino:
il *loisir* borghese e le liquorerie ottocentesche

Relatrice:
Prof.ssa Annalisa Dameri

Candidata:
Giulia Leoncini

Anno Accademico
2019-2020

indice

0 *Introduzione* p. 9

1 *Lo scenario commerciale torinese nell'Ottocento* p. 13

1 Il contesto economico piemontese p. 15
2 Il controllo del commercio: il sistema corporativo p. 17
3 I risvolti delle politiche economiche p. 25
4 L'evoluzione della geografia commerciale cittadina p. 30

2 *I luoghi della società borghese* p. 45

1 La configurazione della società borghese p. 47
2 Il concetto ed i luoghi del *loisir* p. 50
3 Lo sviluppo nella progettazione degli spazi commerciali p. 58

3 *Il vermouth di Torino: nascita e diffusione* p. 69

1 La nascita del vermouth p. 71
2 La produzione: materie, metodi e strumentazioni p. 75
3 La diffusione di liquorerie e vermoutherie p. 79

4 *La bottega del liquorista e vermouthiere* p. 87

1 I locali del ritrovo p. 89
2 Gli spazi per la produzione p. 90
3 Gli spazi per la vendita ed il consumo p. 94
4 La *devanture*: tipologie e materiali p. 97
5 La ricerca d'archivio e i progetti p. 104
6 La comunicazione e l'insegna p. 123
7 La progettazione ai principi del Novecento p. 126

5 *Il vermouth come simbolo della Torino ottocentesca* p. 133

1 «L'ora del vermouth» p. 135
2 Il vermouth nelle Guide Cittadine p. 136
3 Il vermouth alle Esposizioni p. 142

6 *Il passaggio alla produzione industriale* p. 151

1 L'Unità e la riconversione dell'economia torinese p. 153
2 La modifica dello scenario industriale cittadino p. 158
3 L'industria del vermouth p. 161
4 Approfondimento di un caso studio: la società Carpano p. 166
5 La pubblicità p. 186

Bibliografia p. 193

Ringraziamenti p. 209

0.0 INTRODUZIONE

Il vermouth e Torino: il loisir borghese e le liquorerie ottocentesche

Quando si parla dell'Ottocento, secolo di importanti trasformazioni sotto il profilo politico, sociale, culturale ed economico che unitamente hanno contribuito a delineare le caratteristiche della società contemporanea, non si può prescindere dal citare la classe borghese, eterogeneo ceto emergente che, sfruttando il lavoro ed il merito per affermare la propria posizione finanziaria, saprà rendersi protagonista di questo periodo storico. Infatti proprio dalla borghesia e da un nuovo fenomeno sociale legato ad un'inedita concezione del tempo libero, il *loisir*, prende avvio questo progetto di ricerca incentrato sull'analisi di una delle numerose tipologie architettoniche che ridisegneranno il volto delle città europee del XIX secolo per rispondere alle esigenze della nuova classe media. Parchi, teatri, caffè, strutture ricettive ed attrezzature sportive saranno solo alcuni degli intrattenimenti che, stimolati da rinnovati interessi culturali e progettati in conformità a nuove politiche igienico-sanitarie, si diffonderanno nel contesto della capitale sabauda, scenario di questa indagine, offrendo soluzioni architettoniche sostanziale evoluzione, derivazione o democratizzazione di tipologie già esistenti. Nasce ad esempio dall'ambiente del caffè, luogo di ritrovo per la socialità, la lettura e la conversazione con modelli esemplari disseminati sul territorio del capoluogo piemontese, il caso studio delle liquorerie affrontato in questa tesi, legato ad un'arte secolare lungamente custodita dalle antiche Università corporative e definitivamente consacrata a Torino attraverso l'invenzione del vermouth, specialità liquoristica con natali in Piazza Castello, cuore pulsante della città ottocentesca. Attraverso un inquadramento politico ed economico volto a chiarire

la posizione della capitale sabauda in relazione ai territori limitrofi e utile a giustificare alcune dinamiche di trasformazione interna fondamentali per la costruzione della rete commerciale urbana ottocentesca, la dissertazione passa ad analizzare le trasformazioni dello spazio della bottega, luogo di produzione e di vendita delle merci realizzate con un ruolo di completamento alla vitalità cittadina tipica della socialità borghese del XIX secolo, per giungere poi ad una breve introduzione rispetto alla creazione, le materie ed i metodi produttivi di una bevanda che entrerà nel quotidiano dei torinesi divenendo un rituale capace di scandirne le giornate, un simbolo esaltato nelle guide cittadine, un segno di riconoscimento agli eventi delle Esposizioni. Fulcro del lavoro è dunque l'approfondimento dell'ambiente della vermoutheria e della liquoreria, spazio produttivo, commerciale e ricreativo indagato in analogia ad altre tipologie, quali le confetterie, le pasticcerie e i già citati caffè, simili per componenti formali come organizzative e fondamentali, insieme ad enciclopedie e manuali dedicati al mestiere del liquorista, per illustrare un'ipotetica configurazione degli ambienti interni, tra laboratori, cantine, magazzini e sale decorate. Un esame più dettagliato è poi dedicato allo studio delle facciate esterne delle botteghe, che con le sovrastrutture delle *devanture* costituiscono un tema progettuale centrale alla ridefinizione del paesaggio urbano ottocentesco e per le quali è stato possibile rinvenire una moltitudine di documenti utili a selezionare una casistica esaustiva all'analisi dei modelli, i materiali, le finiture ed i gusti dell'epoca, disseminata per le vie centrali della città e comprensiva di esempi illustri quali la *buvette* Carpano già Marendazzo, luogo di ideazione del rinomato vino liquoroso. Ed è proprio con l'approfondimento dell'originale realtà manifatturiera costruita per fasi successive da Carpano in

Barriera di Nizza, ai principi del Novecento, che si conclude la trattazione, a testimoniare, insieme al salto di scala di numerosi comparti produttivi con la conversione di molte attività artigianali in grandi complessi imprenditoriali, la nuova vocazione industriale postunitaria del capoluogo piemontese, decisiva per un'ulteriore riconfigurazione ed ampliamento del tessuto urbano torinese.

CAPITOLO 1

lo *scenario commerciale torinese* nell'Ottocento.

1.1 IL CONTESTO ECONOMICO PIEMONTESE
Lo scenario commerciale torinese nell'Ottocento

Prima di focalizzare l'attenzione sul tema centrale della ricerca, ossia l'affermazione delle liquorerie e vermoutherie nel panorama cittadino torinese quali luoghi deputati allo svago ed all'intrattenimento della classe borghese, risulta opportuno soffermarsi brevemente sulla situazione economico-commerciale di Torino e del Piemonte sabaudo con riferimento ai mutamenti avvenuti a cavallo tra Sette e Ottocento[1]. La definizione di una panoramica d'insieme, che chiarisca i rapporti tra la città, cuore pulsante del Regno, e lo Stato, si rivela utile a chiarire una serie di politiche economiche ed amministrative che hanno avuto un riflesso importante sulla geografia commerciale cittadina.

Risulta impensabile, sul finire del XVIII secolo, slegare la storia economica del Piemonte dagli avvicendamenti politici che coinvolgono il Regno di Sardegna, primo tra tutti la dominazione Napoleonica. Torino, da tempo centro di deliberazione per le questioni di natura economica ed i rapporti con l'estero, venne estraniata da processi decisionali che non tenevano più conto delle sue volontà, perdendo il ruolo di guida che avrebbe recuperato, solo successivamente, nel periodo carloalbertino. L'economia piemontese, caratterizzata a livello generale da una forte componente agricola e localmente connessa a fenomeni di autoconsumo, contava sulla crescita di un mercato internazionale per l'esportazione di beni primari, come riso, seta, vino, e semilavorati.[2]

Se è pur vero che la dominazione francese liberò il Piemonte da una serie di vincoli, consentendo il confronto con contesti economicamente più aggiornati e figure professionali più preparate, dall'altro lato impattò pesantemente influenzan-

[1] Per approfondimenti si rimanda a: Francesco Sirugo, *L'economia degli Stati italiani prima dell'Unificazione: I: Stati sardi di Terraferma (1780-1870). Saggio bibliografico*, Feltrinelli, Milano, 1962.

[2] Fabio Levi, *La vita economica tra il 1790 e il 1864 nel contesto piemontese e internazionale*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VI. La città nel Risorgimento (1798-1864)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2000, p. 51.

do i traffici e piegando strategicamente il Regno ai propri interessi. Gli scambi a livello locale e verso est furono fortemente ostacolati, costringendo il Piemonte ad orientarsi verso la Francia, che divenne luogo obbligato di passaggio delle esportazioni. La formazione del blocco continentale rappresentò un ulteriore impedimento al commercio piemontese, paralizzando per lungo tempo il porto di Genova, l'appoggio costiero più immediato della capitale sabauda. Tuttavia l'influenza francese, nonostante gli sconvolgimenti provocati all'assetto economico del Piemonte consolidatosi lungo il Settecento, non fu solo negativa: il blocco continentale contribuì, ad esempio, alla sperimentazione ed al consolidamento di colture non tradizionali, per sopperire alla carenza di determinati prodotti[3]. Questa spinta, che tese a rinnovare il panorama agricolo locale con il sostegno di tecniche produttive moderne, fu alimentata dalla presenza di un nuovo importante insieme di proprietari terrieri di origine borghese, che, a seguito dei provvedimenti napoleonici in merito alla redistribuzione della proprietà fondiaria, si erano appropriati di oltre il 70% delle terre messe in vendita, ed erano ora spronati dal desiderio di far fruttare i propri capitali[4]. Una fetta più ampia di ceti sociali, comprendente i cosiddetti «nuovi borghesi», acquisiva così un ruolo più influente all'interno del panorama economico piemontese, iniziando a minare il tradizionale primato nobiliare. Con una serie di novità introdotte, tra le quali le già citate vendita dei beni ecclesiastici, l'abbattimento di determinate barriere commerciali, le iniziative di incoraggiamento dell'agricoltura, il governo Napoleonico poneva infatti le basi per

«modificare in misura decisiva e irreversibile il contesto istituzionale entro cui si svolgeva la vita economica del paese[5]».

3 Per approfondimenti si rimanda a: Luigi Bulferetti, Raimondo Luraghi, *Agricoltura, industria e commercio in Piemonte dal 1790 al 1814,* Istituto per la storia del Risorgimento italiano, Comitato di Torino, Palazzo Carignano, 1966.

4 Fabio Levi, *La vita economica tra il 1790 e il 1864 nel contesto pie-*

5 *ibidem*, p. 68.

Inoltre, con la formazione della Camera di Commercio e della Borsa, nel 1802, la creazione di un tribunale dedicato alla risoluzione di discordie nel campo degli affari e l'introduzione di nuovi codici, la conquista francese si poneva come principio di un cambiamento che sarebbe stato difficile cancellare, anche negli anni della Restaurazione[6]. Quando nel 1814 i Savoia riacquisiranno la propria posizione, tenteranno nuovamente l'assetto di una politica a favore della nobiltà e degli interessi della proprietà terriera, ma dovranno confrontarsi con un nuovo equilibrio dato da un apparato istituzionale riformato e maggiormente efficiente. La dominazione Napoleonica avrà significativamente minato la forza di alcuni tra gli strumenti di controllo più forti utilizzati dallo Stato sabaudo per sorvegliare l'apparato economico piemontese, tra i quali vale la pena citare, in rapporto al contesto della capitale di nostro interesse, le corporazioni, successivamente conosciute come Università di Arti e Mestieri, che tramonteranno definitivamente a metà del XIX secolo.

6 *ibidem*, p. 77.

1.2 IL CONTROLLO DEL COMMERCIO: IL SISTEMA CORPORATIVO

Lo scenario commerciale torinese nell'Ottocento

Le corporazioni furono una realtà diffusa nel corso del Medioevo, che, a dispetto di un generale decadimento nel corso dell'età moderna, sopravvisse in Piemonte, e più specificatamente a Torino, dove raggiunse il proprio apice nel corso del Settecento. Nate come organizzazioni volte a riunire un'insieme di professionisti appartenenti allo stesso settore economico, le corporazioni permettevano di organizzare le attività produttive e costituivano, per il governo sabaudo, un fondamentale strumento politico da impiegare per controllare il mondo del lavo-

ro. Prima di soffermarsi sulle condizioni che hanno determinato la fine di queste istituzioni, costituendo un punto di svolta nell'organizzazione produttiva e sociale torinese, è necessario analizzare la natura delle corporazioni ed i risvolti che le hanno portate ad essere un mezzo di sorveglianza e di gestione della città da parte del potere politico.

Già presenti in epoca romana, sotto il nome di *collegia opificum*, quali associazioni di categorie professionali unitesi volontariamente e caratterizzate da un proprio statuto volto a tutelarne gli interessi, le corporazioni mantennero il fondamentale carattere aggregativo, assumendo però ruoli differenti in epoche diverse. Durante il Medioevo i corpi d'Arte si dotarono di connotazioni religiose e, al fianco delle funzioni di difesa e mutuo soccorso, acquisirono un ruolo economico piuttosto importante[7]. In un periodo storico dove le città si presentavano come entità chiuse, la produzione necessitava di una salda regolazione, in coordinamento con le campagne, per evitare divari dannosi tra domanda ed offerta; il compito fondamentale delle corporazioni risiedeva nel mantenimento di questo delicato equilibrio. E' al XIV secolo che risalgono le informazioni presenti nei documenti d'archivio, testimoni della presenza e della formazione di alcune, presumibilmente le prime, corporazioni torinesi, che nel 1375 risultano essere ventisei[8]. Si tratta di associazioni composte in origine da qualche decina di soci che poco a poco crescono e si ritagliano spazio all'interno della vita cittadina, guidate dall'intento di migliorare le arti e garantire solidarietà ed aiuti ai propri iscritti, sotto la protezione di un Santo Patrono arbitrariamente scelto. A partire dalla metà del XV secolo, per ordine del duca Amedeo VIII, le Arti, e quindi gli artigiani assieme ai capi di bottega, saranno ufficialmente assoggettate al controllo statale, consistente in accertamenti di polizia fondamentalmente rivolti alle categorie annonarie.

Al sopraggiungere dell'età moderna, il ruolo assunto dalle corporazioni muta notevolmente, con particolare riferimento alla situazione piemontese[9]; Carlo Emanuele I, a cavallo tra Cinque e Seicento, con l'intento di gestire la ricchezza dello Stato ed introdurre nuove entrate, stila una lista completa di tutte le professioni, fissando il numero delle arti a cinquantuno. L'obiettivo principale del sovrano sabaudo era chiaramente di natura fiscale, in quanto consisteva in una precisa individuazione dei mestieri, relativi alle attività di mercanti, artisti e liberi professionisti, cui richiedere l'imposta conosciuta con il nome di *cottizzo*. Negli anni a venire le corporazioni si concentrarono sulla definizione delle proprie caratteristiche e peculiarità rispetto alle altri arti, delle proprie priorità e della loro posizione all'interno dell'ambiente comunitario. Alla fine del Seicento l'ordine assunto dalla società produce un ambiente vivace e propizio allo sviluppo di queste istituzioni; assieme ad una revisione degli apparati burocratici e governativi, affiancata dall'inclusione della borghesia nel sistema statale con limitazioni dell'autorità dei ceti tradizionalmente favoriti, clero e nobiltà, si affiancava un'inedita politica economica, intenta ad aumentare i centri di iniziativa ed autonomia[10]. Questo il clima che incentiva le corporazioni, di cui la stessa corona si faceva promotrice, anche in mancanza di una sentita volontà di aggregazione da parte degli stessi componenti. Tra i principali fini della corona quello di limitare i poteri municipali, fino a gran parte del XVII secolo forti del privilegio giurisdizionale in materia economica, poi attribuito per volere del sovrano ai corpi d'arte stessi, i quali, rivolgendosi ad un giudice speciale per le controversie relative all'esercizio delle attività, rafforzavano indirettamente il primato del potere centrale. Molteplici erano le

7 M. Chiellini, voce *Corporazioni e Mestieri*, in *Enciclopedia dell'Arte Medievale*, Treccani, 1994.

8 Rossano Zezzos, *Le antiche corporazioni torinesi*, in Cronache Economiche n. 082, Camera di commercio industria e agricoltura di Torino, 30 Maggio 1950.

9 Per approfondimenti si rimanda a: Giorgio Borrelli, L*e corporazioni nella realtà economica e sociale dell'Italia nei secoli dell'età moderna*, atti della Quarta giornata di studio sugli Antichi Stati Italiani promossa dall'Università degli Studi di Verona (4 dicembre 1990), a cura di Giorgio Borrelli, Istituto per gli Studi Storici Veronesi, Verona, 1991.

10 Ada Lonni, *Le università di mestiere* in Valerio Castronovo (a cura di) *Storia illustrata di Torino, volume III*, Sellino, Milano, 1992.

utilità tratte dal governo da questo tipo di organizzazioni, tra le quali tutelare la produzione locale respingendo la concorrenza internazionale e vigilare costantemente sull'ordine economico con il pretesto di tutelare le consorterie, tramite la diffusione da parte delle istituzioni stesse di numerose regolazioni sulle materie ed i metodi di fabbricazione. Al principio del Settecento le corporazioni sono, almeno apparentemente, dotate di un preciso peso in relazione alla gestione politica dei settori produttivi, con facoltà di disciplinare la manodopera ed il mercato, le mansioni di ciascun mestiere e le condizioni di accesso, andando a costituire congreghe di professionisti privilegiati e protetti conosciute con il nome di Università[11]. Prendendo spunto dalle antiche corporazioni, le citate organizzazioni si suddividevano in tre categorie principali: quello delle professioni liberali, quelle delle arti e mestieri e quello delle categorie annonarie, dedicate all'alimentazione e per questo oggetto di sorveglianza mirata da parte delle autorità. Il gruppo delle professioni liberali includeva quattro collegi: gli avvocati, i procuratori, i notai, i medici e farmacisti, anche conosciuti con il nome di speziali. Annoverati nell'unione delle arti e mestieri, la più numerosa, una ventina di componenti, tra i quali possiamo citare i fabbricatori e negoziatori di stoffe di seta, che ebbero a Torino una lunga tradizione, e poi ancora sarti, orologiai, parrucchieri, pellicciai e la congrega adunante architetti e mastri da muro. Infine l'insieme delle categorie annonarie, inerente l'alimentazione e gli esercizi aperti al pubblico ad essa connessi, comprendeva osti e locandieri, panettieri, pastai e l'aggregazione, di nostro particolare interesse, degli acquavitari, confettieri e liquoristi. Questa Università, che si potrebbe definire moderna per la sua tardiva fondazione avvenuta solo nel 1737, fu oggetto di particolari attenzioni da parte delle autorità, per questioni legate

11 *ibidem*, p. 790.

ai tributi[12]. La professione di acquavitai e confettieri, ritenuta punto di avvio per la tradizione torinese dei caffè, fu una delle poche attività legate alla vendita al dettaglio a poter contare sulla propria antica Università corporativa[13]. Entravano di diritto a far parte di queste associazioni i fondatori, ossia coloro i quali, al momento della nascita dell'Università, già operavano nel campo come padroni; lavoranti ed apprendisti non erano inclusi, almeno fino al momento della loro promozione a mastri. Fondamentale per la costituzione di queste corporazioni era la compilazione di uno statuto, redatto secondo gli orientamenti di ciascuna categoria interessata, che andava sottoposto all'approvazione regia. Questo sistema permetteva, oltre alla garanzia dell'interesse pubblico e la sorveglianza da parte dello Stato, la cura delle arti, ammettendo alla professione coloro che, almeno in linea teorica, potevano dimostrare le proprie capacità ed erano in grado di apportare vantaggi al settore. Ad esempio,

12 Rossano Zezzos, *Le università d'arti e mestieri di Torino*, in Cronache Economiche n. 085-086, Camera di commercio industria e agricoltura di

13 Giovanni Gozzini, *Ceti e gruppi sociali nella Torino napoleonica*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VI. La città nel Risorgimento (1798-1864)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2000, p. 36.

«sarà dunque un opportuno regolamento di disciplina per tutte le arti che interessano la pubblica salute l'esigere da chi le professa che consegni il suo nome e la sua dimora … e che osservi quanto sarà imposto per prevenire ogni danno che alla salute pubblica potesse avvenire[14]».

Tra le professioni inerenti la sanità sono citate, oltre alla chimica e la farmaceutica, anche i mestieri del panettiere, il macellaio ed il venditore di vino, per le quali

«deve pertanto il Governo impedire che si frammischino sostanze nocive nella farina, che si vendano carni di bestie infette, che si alteri il vino con rame o con piombo, o tuttociò in somma per cui, nell'esercizio di quelle arti, si può nuocere al consumatore[15]».

14 Giambattista Vasco, *Delle università delle arti e mestieri, dissertazione*, Stamperia Luigi Veladini, Milano, 1793.

15 *ibidem.*

Ogni statuto corporativo si basava su alcuni punti fondamentali, la cui definizione accomunava le diverse Università. Tra gli altri: norme e doveri dei mastri, così come loro diritti ed agevolazioni, regole sulla vigilanza per verificare la qualità delle produzioni e di rimando proteggere la validità della arti, direttive sull'assunzione di lavoranti ed apprendisti, sul tirocinio, l'esame e la tassa di iscrizione ai quali sottoporli[16]. Pensiero di ciascuna Università era inoltre, come già in passato, l'individuazione di un proprio patrono protettore, spesso accompagnata alla designazione di uno specifico luogo di culto. Secondo controverse logiche di autotutela e protezione dei membri dell'Università, era spesso stabilito che il periodo di apprendistato si protraesse fino a cinque o sei anni, al seguire dei quali si acquisiva la mansione di lavorante, che andava svolta, nuovamente, per un minimo di due o tre anni[17]. Lo scopo di questi regolamenti era quello di combattere la concorrenza, ostacolando l'accesso di nuove figure all'attività professionale a sola discrezione dei mastri, aggiungendo le ulteriori difficoltà dell'esame del Capo d'opera e dell'esosa tassa per il riconoscimento della facoltà di aprire bottega. Questo modo di agire portò ad accrescere la conflittualità tra mastri e lavoranti, con quest'ultimi che, rivendicando forme di indipendenza, riuscirono ad ottenere autorizzazioni per la formazione di Università di lavoranti. Si trattava però di eccezioni consentite dal governo, nei casi in cui queste istituzioni non si consideravano dannose per l'equilibrio economico e sociale del paese: le autorità si riservavano altrimenti di intervenire liberamente. A questo si affiancarono le sempre più frequenti esenzioni dal Capo d'opera o dal versamento della quota di accesso all'arte[18], che intaccarono il protezionismo ed il monopolio ormai componenti fondanti delle Università, e così il potere acquisito negli anni dai mastri,

16 Ada Lonni, *Le università di mestiere, cit.*, p. 792.

17 *ibidem*, p. 784.

18 *ibidem*, p. 794.

provocando un lento sgretolamento delle istituzioni dal loro interno. I provvedimenti della corte, divisa tra il consolidato ruolo prima di propulsore e successivamente di difensore delle corporazioni e l'esigenza di rivederne la posizione in rapporto alle trasformazioni della società, concorsero dunque ad accentuarne la crisi.

Le tensioni tra mastri e lavoranti furono solo una tra le molteplici cause che evidenziarono la fragilità del sistema corporativo, che iniziò a cedere a partire dalla seconda metà del XVIII secolo. Il sistema dei regolamenti si dimostrava infatti sempre più rigido, mirando a stabilire delle delimitazioni rigorose riguardanti le prerogative di ciascuna arte e la rispettiva area di mercato di loro competenza. Ben dovevano distinguersi ad esempio i caffettieri dagli acquavitari, così come dai produttori di cioccolato; nessuno poteva sconfinare vendendo al pubblico merce di cosiddetta competenza di un'altra categoria. Tutto ciò ostacolava i naturali processi di iniziativa imprenditoriale e si traduceva in una paralisi del progresso economico, in contrasto con gli interessi generali della società e della stessa corona[19]. Sul finire del secolo una società più dinamica, slegata dai tradizionali ordini che l'avevano retta fino a quel momento, attira in città flussi di immigrati e lavoratori stagionali, che vanno a configurarsi come forza lavoro libera dal controllo delle corporazioni, dimostrando l'impossibilità da parte di questi apparati di organizzare rigidamente i vari settori[20]. La manodopera proveniente dai territori limitrofi alla città, slegata dalle Università e pertanto meno costosa, si presentava inoltre come un importante vantaggio per quelle attività produttive che, volendo sfuggire ai costi troppo elevati della città, si stabilivano intorno alla capitale. Ad essa si sommavano i lavoratori che, nonostante esercitassero la professione entro i confini delle mura

19 Giovanni Gozzini, *Sviluppo demografico e classi sociali tra la Restaurazione e l'Unità*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VI. La città nel Risorgimento (1798-1864)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2000, p. 321.

20 Donatella Balani, *Sviluppo demografico e trasformazioni sociali nel Settecento*, in Giuseppe Ricuperati (a cura di), *Storia di Torino V. Dalla città razionale alla crisi dello Stato d'Antico Regime (1730-1798)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2002, p. 667.

cittadine, si sottraevano al controllo delle corporazioni lavorando in spazi estranei alla consueta bottega, contando su una cerchia di clienti ristretta. I corpi d'arte tentavano di combattere i lavoratori "abusivi" pubblicizzando la superiorità qualitativa della propria merce, per garantire la quale sostenevano fossero necessarie le fiscali regole e limitazioni che andavano imponendo. Tuttavia il mercato si manifestava aperto anche ai prodotti di minor valore e pregio, grazie alla sostanziale incapacità della domanda di riconoscere un manufatto di un certo livello, che portava a logiche di scelta basate banalmente sulla competitività del prezzo[21]. In questo modo era anzi probabile che gli stessi imprenditori, volenterosi di facile guadagno, agissero lucrando ed infrangendo gli standard da loro stessi imposti.

Nel 1802, sotto la dominazione francese, fu deciso di abolire i vincoli che da tempo caratterizzavano l'attività dei lavoratori, eliminando quegli organismi corporativi che si frapponevano tra gli individui e lo stato. L'anno successivo fu determinata l'obbligatorietà di un libretto per i garzoni, attraverso il quale lo stato si riservava la possibilità di controllare e regolare i rapporti lavorativi e conoscere allo stesso tempo gli spostamenti della forza lavoro, aprendo però maggiori possibilità alla concorrenza ed all'esercizio della professione[22].

L'impulso ad un cambiamento troppo breve per essere effettivamente apprezzato dai protagonisti dell'economia torinese fu frenato con la Restaurazione, mediante il ritorno dei Savoia decisi a ripristinare il vecchio ordine di protezione ancora appoggiato dai mastri. La struttura tradizionale delle Università si dimostrerà tuttavia inadatta al mutevole panorama imprenditoriale, fondato sulle nuove forze derivanti dai flussi migratori e su inedite forme di produzione basate sulle macchine. L'impossibilità delle corporazioni di riconquistare la propria

21 Giambattista Vasco, *Delle università delle arti e mestieri, disserta-*

22 Fabio Levi, *La vita economica tra il 1790 e il 1864 nel contesto piemontese e internazionale, cit.*, p.76.

posizione, la loro ormai sostanziale inadeguatezza, in un contesto che poneva allo stesso livello il mastro dell'Università ed il lavoratore "abusivo", si sommarono a graduali mosse del potere centrale mirate a svuotare di significato il sistema corporativo. Tra queste, nel 1829, l'ampliamento dell'obbligatorietà del libretto di lavoro per tutti i professionisti, e, nel 1838, la soppressione del Capo d'opera, che si rivelarono passi decisi per la definitiva abolizione del sistema nel 1844, su decisione di Carlo Alberto «riformulatore di un'eredità napoleonica[23]». Si prendeva così atto di un'insensata persistenza, ostacolo all'inevitabile progresso delle arti e del commercio.

23 Umberto Levra, *Da una modernizzazione passiva a una modernizzazione attiva*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VI. La città nel Risorgimento (1798-1864)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2000, p. XXXV.

1.3 I RISVOLTI DELLE POLITICHE ECONOMICHE
Lo scenario commerciale torinese nell'Ottocento

Al principio dell'Ottocento, come già sottolineato in precedenza, il Piemonte fu sottoposto all'influenza esterna e imposta dall'alto del governo napoleonico, che lo renderà oggetto di quella definita da Umberto Levra come una «modernizzazione passiva[24]». Questo processo, sebbene fu sotto determinati aspetti più debole, o assente, o il seguito di tendenze già sperimentate con l'Antico Regime, toccò diversi ambiti, tra i quali quello demografico, quello culturale e non ultimo quello economico, tutti strettamente interconnessi.

Durante la Restaurazione Torino seppe riaffermare nuovamente il proprio prestigio, indebolitosi durante la parentesi napoleonica. Centro amministrativo e di corte, la capitale assisteva al proseguimento, seppur con intensità incostante, di un flusso di immigrati che vedevano nella città il luogo di realizzazione dei propri obiettivi. I motivi di questa attrazione sono presto spiegati nelle politiche di gestione dell'agglomerato

24 *ibidem*, p. XXXIII.

urbano, che poteva contare, tra le altre cose, sul rifornimento costante di viveri, così come su un loro minore costo, e su una inferiore pressione fiscale[25]. Al loro ritorno i Savoia dovettero pertanto confrontarsi con una inedita configurazione della società, che ostacolò i fallimentari piani sabaudi di riassetto di un potere caratterizzato dal predominio di casta; bisognerà infatti attendere la guida di Carlo Alberto per assistere ad un ravvivarsi della spinta riformatrice. Il sovrano, seppur per alcune interpretazioni storiografiche capo di un regno ancora legato ad una tradizione militarista ed aristocratica[26], si fece propulsore di innovazioni liberiste che consentirono uno svecchiamento del panorama economico piemontese, a lungo irrigidito dalla grave protezione doganale che frenava la domanda e contribuiva alla segmentazione del mercato. Dal 1835, grazie alla manovra di diminuzione delle tariffe doganali per beni quali il grano ed i tessuti, si aprì un decennio più prospero, contraddistinto dalla conclusione di diversi trattati, con paesi europei e non, per la libertà di commercio e navigazione[27]. Ulteriori fattori favorevoli si rivelarono gli investimenti in campo infrastrutturale, per quanto riguarda sia i porti di Genova e Savona che, a scala più prossima, i sistemi stradali e ferroviari della regione. Così, assieme al perfezionamento della rete stradale, altra tendenza ereditata dai tempi di Napoleone quando veniva adoperata principalmente come mezzo strategico-militare, si sviluppò la cosiddetta «questione ferroviaria», con un vivo dibattito imperniato sulla necessità, l'efficacia ed i pericoli di questo nuovo sistema di trasporto. La discussione implicava, con la necessità di selezionare le linee da sviluppare con maggiore urgenza, la scelta della direzione da attribuire al progresso economico del paese e, conseguentemente, della sua posizione in ambito internazionale.

25 Fabio Levi, *La vita economica tra il 1790 e il 1864 nel contesto piemontese e internazionale, cit.*, p. 57.

26 Giovanni Gozzini, *Sviluppo demografico e classi sociali tra la Restaurazione e l'Unità, cit.,* p. 312. Il periodo carloalbertino è generalmente oggetto di una lettura ottimistica che lo interpreta come il punto di partenza dello sviluppo liberistico dell'economia e dell'affermazione dei ceti medi al ruolo guida degli affari, traducendolo nella chiave per lo sviluppo di Torino. Tuttavia non mancano le visioni, come quella dello storico Adolfo Omodeo, volte a smitizzare Carlo Alberto, evidenziando i punti deboli del suo regno. Se i provvedimenti liberisti favorirono maggiormente il campo agricolo, non riuscendo tuttavia ad affermare il ruolo del Piemonte nel mercato europeo, fino ad allora alimentato da altre economie come quella francese o lombarda, lo stesso non fecero per un decollo industriale lento ed ostacolato. A metà del secolo, le fabbriche erano ancora un'eccezione, in un panorama dominato dall'artigianato e gli esercizi commerciali minori.

27 Fabio Levi, *La vita economica tra il 1790 e il 1864 nel contesto piemontese e internazionale, cit.,* p. 79.

L'economia e lo sviluppo del mercato piemontesi furono significativamente condizionati dall'operato del governo francese, che attuò diverse manovre, come la dibattuta questione dell'abolizione del regime corporativo, destinate a lasciare un'impronta rilevante anche nei decenni successivi[28]. Oltre ad aver ottenuto lo stimolo per un mercato più dinamico, il Piemonte consoliderà, tramite l'aggiornamento agricolo e l'assoggettamento alla Francia relativamente agli scambi commerciali, le sue caratteristiche di territorio esportatore di beni primari, semilavorati, ed importatore di manufatti; specificità che avrà occasione di sviluppare, negli anni Quaranta e Cinquanta dell'Ottocento, in relazione a reti più ampie ed articolate. Se le politiche perseguite da Carlo Alberto furono sì innovative, ma comunque caute ed orientate al passato, furono le innovazioni cavouriane, sulle quali vale la pena soffermarsi, ad aprire le porte ad un progresso economico e tecnico a lungo auspicato dai circoli liberali. Punti fondamentali del pensiero all'avanguardia di Cavour furono la libertà commerciale, cui si legava strettamente la riforma doganale, e la necessità di creare organi e strutture in grado di sostenere l'economia e rispondere alle opportunità offerte dai mercati. Lo statista, sin dagli anni Quaranta, si era fermamente opposto ai protezionisti nel sostenere i vantaggi di qualsiasi riduzione dei dazi ed ebbe finalmente successo nell'imposizione di una svolta liberista a metà del secolo, pur sempre fermo nella convinzione che fosse infruttuoso forzare il Piemonte ad essere industriale, sostenendo altre manifatture che non fossero quelle in grado di rispondere alla concorrenza estera[18]. Banche e servizi infrastrutturali dovevano poter contare sul sostegno economico del governo; un'idea, quest'ultima, che attribuirà all'amministrazione pubblica una spinta inedita per la storia dello Stato sabaudo. Ulteriore fulcro

28 Per approfondimenti si rimanda a: Angela La Macchia, *La competitività dell'industria francese e il mercato sardo nella prima metà dell'Ottocento*, FrancoAngeli, Milano, 2013.

29 Fabio Levi, *La vita economica tra il 1790 e il 1864 nel contesto piemontese e internazionale, cit.,*, p. 79.

della politica cavouriana fu l'avvio di un riordino delle imposte, connesso ad un progetto più ampio di gestione del bilancio; erano chiamati a contribuire, tramite l'imposizione di una tassa diretta, i settori commerciale ed industriale, assieme ai ceti borghesi, legati alla proprietà terriera o alle professioni, i quali avevano ormai affermato la propria posizione in numerosi contesti urbani, tra cui Torino.

Già la dominazione francese si configurò come uno stadio nel quale emersero relazioni articolate tra ceti e professioni fino ad allora ritenuti incompatibili e inconciliabili. Abbiamo precedentemente constatato come determinate innovazioni in campo agricolo, ad esempio gli aggiornamenti tecnici, la vendita di beni nazionali, l'abolizione delle primogeniture, permisero l'ingresso in scena degli strati più elevati della borghesia, una fresca *élite* «arricchita» portata a confrontarsi con la stabile aristocrazia. Mentre la nobiltà si mostrò riluttante all'acquisto di nuove terre, mancando l'opportunità di diversificare le proprie attività ed entrate, professionisti e negozianti arrivarono a costituire un terzo del totale degli acquirenti, ottenendo la metà del complessivo valore delle terre in Piemonte[30]. Non solo nell'ambito della proprietà terriera, i borghesi cominciarono a giocare un ruolo rilevante anche all'interno dell'amministrazione cittadina, dove troviamo maggiormente valorizzati i ceti delle professioni rispetto ai nuclei emergenti in ambito economico. Le nomine napoleoniche per il governo municipale manifestano infatti una struttura sociale articolata, con un 30% di composizione aristocratica, affiancata da minoranze appartenenti alle professioni liberali ed al mondo imprenditoriale, piuttosto solide con un rispettivo 25 e 11%, ed un modesto gruppo di artigiani[31]. Dunque dal principio dell'Ottocento e nei decenni a venire, i gruppi delle professioni liberali, con il prevalente mon-

30 Giovanni Gozzini, *Ceti e gruppi sociali nella Torino napoleonica*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VI. La città nel Risorgimento (1798-1864)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2000, p. 31.

31 *ibidem*, p. 25.

do giuridico, medici, ingegneri ed architetti, la classe finanziaria, composta da mercanti e venditori, ed il settore impiegatizio pubblico, comprendente tra gli altri magistrati e burocrati di Stato, colsero l'occasione per imporre e nobilitare la propria posizione come ceto proprietario all'interno della società torinese. Tuttavia l'ascesa della borghesia, la cui crescita è documentata nelle guide nominative cittadine, non mirava a compromettere la posizione della nobiltà d'Antico Regime. Le guide, pur promuovendo l'affermazione del ceto borghese attraverso la registrazione delle attività e dei rispettivi indirizzi degli appartenenti alla nuova classe, restituivano, ancora negli anni della Restaurazione, un'ordinazione gerarchica, che poneva al vertice della società burocrati, possidenza terriera e nobiltà legati alla tradizione della corte sabauda[32]. Bisognerà aspettare gli anni Quaranta del secolo perché si consolidi una classificazione che abbia come discriminante il lavoro, mezzo di costruzione della ricchezza, predominante su tradizionali divisioni dettate da logiche di appartenenza determinate dall'ereditarietà. Proprio negli anni Quaranta dell'Ottocento il processo di consolidamento della posizione del ceto borghese culminerà con la possibilità di prendere parte all'Associazione agraria subalpina, istituzione nata nel 1842, sempre sotto la guida di Cavour, che si presenterà come possibilità di immissione in politica del ceto medio[33].

La politica di larghe vedute di Cavour, della quale abbiamo citato alcuni capisaldi, portò evidentemente ad una notevole crescita delle attività commerciali, con ripercussioni concrete sulla vita del Piemonte e della capitale. Vale la pena considerare in particolare il ruolo che il commercio assunse nel quadro economico di Torino, la quale godeva di vantaggi e condizioni favorevoli in quanto centro di consumo ed amministrazione di risorse per la maggior parte prodotte al suo esterno e punto

32 Giovanni Gozzini, *Sviluppo demografico e classi sociali tra la Restaurazione e l'Unità, cit.*, p. 318.

33 *ibidem*, p.315.

di riferimento per il passaggio di traffici nazionali e non. Alle soglie della metà del secolo si verificarono una serie di condizioni simultanee che contribuirono a trasformare la sfera della vendita al dettaglio; alla fondazione della Camera di agricoltura e commercio e della Borsa di commercio, già sperimentate in epoca napoleonica ed istituite ancora, rispettivamente nel 1825 e nel 1850, si affiancò il riconoscimento di un inedito peso politico alla categoria dei negozianti[34]. Fu così che la rete commerciale crebbe e si modificò simultaneamente alla città, con le strutture dei mercati che andavano sviluppandosi e decentrandosi, mentre botteghe e mestieri risultavano sempre meno legate a singole strade o specifiche aree dell'agglomerato urbano, andando a delineare gli aspetti chiave di una geografia commerciale cittadina che approfondiremo a breve.

34 Fabio Levi, *La vita economica tra il 1790 e il 1864 nel contesto piemontese e internazionale, cit.*, p.80.

1.4 L'EVOLUZIONE DELLA GEOGRAFIA COMMERCIALE CITTADINA
Lo scenario commerciale torinese nell'Ottocento

Torino, grazie alla posizione strategica ed alle funzioni che ospitava, si presentava come una sorta di emporio, centro di grandi flussi di beni di consumo, alimenti, bevande ed altri prodotti, tra cui quelli tessili, cui tutta la regione piemontese era costretta a rivolgersi. La capitale, in un complesso di relazioni reciproche con i territori circostanti, non poteva rinunciare al rifornimento di risorse dall'esterno, a causa del graduale aumento della popolazione; un fenomeno, quest'ultimo, generatore di non poche preoccupazioni da parte delle pubbliche autorità. Come già accennato in precedenza, le migrazioni dalle campagne verso il nucleo urbano mettevano in movimento un insieme di individui attirato dalle possibilità lavorative, anche stagionali, offerte in città, maggiormente facilitato a sfuggire

al controllo statale grazie all'aleatorietà dei propri spostamenti. Minacce di disordini urbani, evasione fiscale e rischi per i consumatori erano i pericoli più temuti dai poteri superiori, costantemente allarmati di stabilire precisi limiti spaziali e giuridici per il commercio all'interno dell'area cittadina. Agevolare l'approvvigionamento, limitare gli scambi in determinati spazi, fissare le regole fondamentali della contrattazione e dei prezzi erano alcune tra le principali misure che le autorità cercavano con fatica di conciliare, in un ambito di relazioni commerciali segmentate e difficilmente confinabili in precisi luoghi destinati allo scambio[35].

Il municipio di Torino e gli organi deputati all'organizzazione delle attività di scambio e del mercato cittadino si adoperarono con impegno per disciplinare la rete commerciale urbana fin dal Settecento, quando già la città si ritrovava investita da fenomeni di inurbamento. Nella seconda parte del secolo il vicariato si impegnò per regolamentare la vendita di prodotti indispensabili, con il fine di assicurare i necessari approvvigionamenti alla città; i prezzi di grano, carne, burro, vino, olio erano dunque imposti per legge e costantemente vigilati. Erano allo stesso modo sorvegliati gli illeciti dei commercianti e normati, oltre alle modalità di vendita, gli orari di apertura degli esercizi commerciali, non più soggetti ad antiche modalità abituali[36]. Grazie anche agli apparati corporativi, che come abbiamo visto porgevano una grossa mano alle autorità per disciplinare attività e mestieri, furono limitati in numero i punti vendita, per legge, riformando così interi settori della vendita al dettaglio, come quello dei panettieri o quello dei macellai. La collocazione dei mercati all'aperto, volta a vincolare determinati generi merceologici ad una precisa localizzazione fisica, coincidente con le più importanti piazze torinesi, venne stabilita già sul fini-

35 Paolo Piasenza, *Botteghe, negozi, mercati: i luoghi dello scambio,* in Umberto Levra e Rosanna Roccia (a cura di), *Milleottocentoquarantotto. Torino, l'Italia, l'Europa*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 1998, p.15.

36 Francesca Rocci, *Municipalità, ceti, funzioni,* in Giuseppe Ricuperati (a cura di), *Storia di Torino V. Dalla città razionale alla crisi dello Stato d'Antico Regime (1730-1798)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2002, p. 129.

re del XVII secolo e perdurò sino alla prima metà dell'Ottocento. Questi luoghi di contrattazione legati al piccolo scambio, via via più specializzati, si aggiudicarono una posizione centrale di tutto privilegio: così

«piazza delle Erbe […] con le adiacenti piazzette del Burro, del Corpus Domini e di San Rocco, ospitava il mercato ortofrutticolo, dei prodotti caseari, dell'olio di noce, delle carni, dei pesci d'acqua dolce. I prodotti della Riviera ligure (olio d'oliva, agrumi, pesci di mare) si vendevano invece nella vicina osteria del Gamellotto, oltre che in altre due osterie della città […]. Sede di mercato ortofrutticolo era pure la piazza davanti alla Porta Palazzo […]. Commerci particolari si svolgevano dinanzi al Duomo (polli, uova, selvaggina, ecc.) ed in Piazza Castello (arnesi di legno, ceste, ecc.)[37]».

A questa distribuzione dei prodotti essenziali si affiancarono lentamente le botteghe deputate alla vendita di beni voluttuari ed artigianato di valore, un ramo che faticò prima di trovare una vera e propria dimensione pubblica. Fino a metà del XIX questi generi rappresentarono una dimensione separata, un settore atto a soddisfare, spesso attraverso commissioni private, le esigenze di un reparto di clientela intermedio, coincidente con la borghesia che consoliderà la propria posizione nel nuovo panorama politico e sociale ottocentesco. Inoltre i piccoli esercizi commerciali erano identificati come luoghi di entrate illecite conseguite comodamente tramite l'aumento dei prezzi, tanto che perfino le disposizioni dalle autorità tendevano a voler ostacolare l'attività del bottegaio, generando per lungo tempo un alone di sospetto nei confronti della figura di questo intermediario commerciale.

Il processo di configurazione della rete commerciale cittadina della Torino ottocentesca crescerà plasmato, oltre che dalle norme e dai provvedimenti applicati dalle autorità, da alcuni adeguamenti ed iniziative di trasformazione urbana[38], volte ad incrementare il decoro e a potenziare il sistema dei collegamenti ed i servizi, tra cui i sopra citati mercati e botteghe. Se nel corso del XVIII secolo non fu modificato il perimetro urbano, che, in seguito agli ampliamenti seicenteschi, rimase racchiuso all'interno della cinta muraria fino all'intervento di Napoleone al principio del secolo successivo, è anche vero che non pochi furono gli interventi mirati a modificare i tratti di una città che andava dotata di prestigio[39]. Per quasi tutto il Settecento proseguirono le operazioni di ristrutturazione del cuore medievale di Torino, con gli ampliamenti ed i *drizzamenti* di alcune vie centrali per trasformarle in arterie di comunicazione più efficaci ed agevoli, atte a collegare le maggiori piazze ed i luoghi più rappresentativi. Alcuni esempi di questi interventi furono via Porta Palatina, via del Senato e la centralissima via Doragrossa, il cui riassetto, insieme alla risistemazione delle prossime via e piazza Palazzo di Città, impattò sui diversi lati estetico, rappresentativo e sociale del centro urbano, ridisegnando l'immagine di un quartiere nel quale fu così favorito l'insediamento di attività produttive di prestigio, tra le quali ritroveremo anche alcune tra le prime liquorerie e vermoutherie censite dalle guide Marzorati[40]. Andrea Covino, nella sua Descrizione illustrata di Torino, parte del grande patrimonio delle guide cittadine, scrive dell'antica, tortuosa ed irregolare via di Doragrossa come la principale strada torinese, che si mirò a riconfigurare con leggi volte ad accordare privilegi ai cittadini borghesi che sarebbero intervenuti con la costruzione di edifici su nuovi disegni[41]. Connessi con i progetti di rinnovamento delle vie centrali sopracitati furono le attività di ristrutturazione dedicate ai palazzi privati

37 Donatella Balani, *Sviluppo demografico e trasformazioni sociali nel Settecento*, *cit.*, p. 670.

38 *cfr.* Germano Tagliasacchi, *Carattere ed utilizzazione del "luogo commerciale"*, in Cronache Economiche n. 003, Camera di commercio industria e agricoltura di Torino, 1985.

39 Per approfondimenti si rimanda a: Paolo Cornaglia, *Dalla città dei bastioni alla città dei viali: architettura e pianificazione urbana a Torino tra la fine del Cinquecento e il primo Ottocento*, in Enrico Castelnuovo, Enrica Pagella (a cura di), *Torino: prima capitale d'Italia*, Treccani, Roma, 2011, pp. 79-89.

40 Francesca Rocci, *Municipalità, ceti, funzioni, cit.*, p. 124.

41 Andrea Covino, *Torino: descrizione illustrata*, Libreria Luigi Beuf, Torino, 1873, p. 33.

Lineazione della contrada detta di Doragrossa con sezione dei piani terra degli edifici coinvolti dall'intervento

ipotesi di progetto approvata il 6 agosto 1736

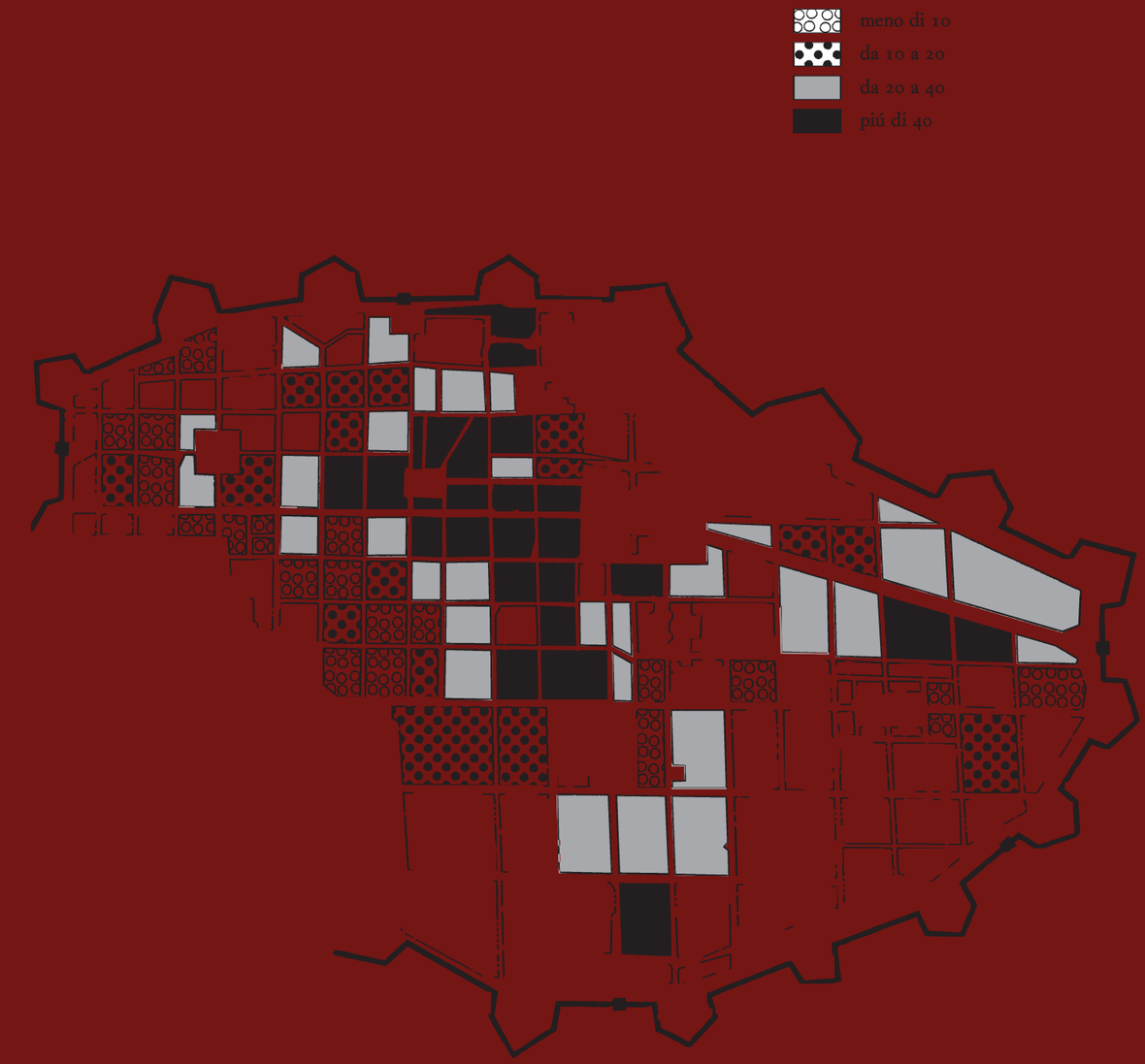
(ASCT, *Tipi e disegni*, rotolo 5B, tavola 2)

che, seppur incentivate, incontrarono non poche opposizioni, in particolare da parte di artigiani e commercianti proprietari di bottega nelle aree interessate da intervento. Infatti a Torino, contrariamente ad altre città italiane dell'epoca, erano pochi i palazzi riservati all'esclusiva funzione abitativa da parte delle famiglie proprietarie, che solevano dare una porzione dell'edificio in locazione, guidati da logiche di redditività. L'assemblea, nei casi in cui i proprietari non si rivelassero intenzionati a restaurare, acquistava gli immobili per intervenirvi in modo diretto, rivendendoli successivamente con guadagni di modesta entità. La situazione si sarebbe in questo modo sbloccata nella seconda metà del secolo, comportando un moltiplicarsi di esercizi commerciali e botteghe stabilite in edifici riplasmati o in via di ristrutturazione, concorrendo così a consolidare il carattere artigianale e mercantile del centro cittadino, sia nelle vie principali che in quelle secondarie[42]. Si concentrò pertanto nelle isole centrali il maggior numero di esercenti mestiere, tra apprendisti, lavoranti e mastri di bottega, coincidente con un terzo dei più di 3600 lavoratori presenti in città; un dato che non sarebbe mutato fino a fine secolo[43].

Le botteghe erano presenti in buon numero anche in altre aree della città. Una modesta concentrazione, corrispondente a circa la metà di quelle presenti nel nucleo medievale, si riscontrava nella zona sud di Torino, interessata dal primo ampliamento seicentesco. La diffusa presenza di esercizi commerciali, con una densità più elevata nei pressi di Piazza Castello, rispondeva alle necessità di un considerevole numero di famiglie aristocratiche e alto borghesi, allontanatesi dalla caotica città vecchia in cerca di maggiori spazi e tranquillità. Una situazione analoga si riscontrava relativamente al quartiere Po, modellato nel XVII secolo con il secondo ampliamento ed attraversato

42 Donatella Balani, *Sviluppo demografico e trasformazioni sociali nel Settecento*, *cit.*, p. 635.

43 *ibidem*, p. 676.



Numero di botteghe presenti per isole nel 1754 nella città di Torino

rielaborazione del documento ASCT, Carte sciolte, 5413

(da: Giuseppe Ricuperati, 2002, p. 637)

dall'omonima via trasversale; tra quest'ultima e Piazza Carlina, sede anche di un importante mercato del vino, si collocavano quasi la totalità delle botteghe della zona. Interessante notare come fossero residenti nell'area anche buona parte degli artigiani dedicati alla produzione di articoli di lusso, professionisti legati dunque al mondo della corte ed al sovrano. La città presentava una trama sociale variegata, con le classi benestanti che condividevano i medesimi spazi con i lavoratori più poveri, i commercianti e gli artigiani, senza che nessun componente prevalesse nel connotare determinate aree o quartieri da un punto di vista socio-professionale. La rete del commercio al dettaglio funzionava come una sorta di collegamento per i diversi strati sociali; negozi e botteghe si presentavano infatti come luoghi di sviluppo delle relazioni sociali informali, le cosiddette relazioni di strada e di quartiere, anche cuore della piccola borghesia urbana[44].

Il regime napoleonico al principio del XIX secolo marcò una liberalizzazione del settore della vendita al dettaglio, con una presenza del piccolo commercio all'interno della scena urbana, registrato nel censimento del 1802, pari a circa il 5% degli abitanti[45]. Il passaggio da una rete distributiva commerciale assoggettata al sistema corporativo ed alle sue severe normative ad una diffusione più strutturata, legata ad altri criteri come la rendita di posizione, fu sintomo della vivacità di un ambiente urbano che si adattava gradualmente a mutate condizioni e valori della società. Non solo le regole delle corporazioni, abbiamo visto come leggi e disposizioni delle autorità abbiano contribuito, nei secoli precedenti, ad irrigidire i confini dei luoghi di localizzazione delle attività, imprimendo una traccia anche nella toponomastica cittadina. I nomi di alcune vie o piazze richiamavano pertanto l'insediamento di antichi mestieri e corporazioni, ad esempio degli Argentieri, dei Pasticcieri, degli Stampatori, mentre altri si riferivano a determinati traffici che lungamente si erano svolti nell'area, come la famosa Piazza delle Erbe, del Vino, o la contrada del Fieno[46]. Le difficoltà iniziali del commercio all'abbandono della geografia instauratasi tra Sei e Settecento erano attribuibili alla sostanziale inabilità della singola bottega di assicurarsi una clientela stabile, in conseguenza sia della sua posizione all'interno della città, sia della sua immagine; non è ancora il negozio ad attrarre il cliente, per mezzo di decorazioni architettoniche e prodotti sapientemente presentati, quanto piuttosto il compratore a cercare la bottega. Nei primi decenni dell'Ottocento l'impronta lasciata dall'impostazione antecedente è ben leggibile. La densità maggiore di punti vendita, che si diffondono rispetto all'originario raggruppamento in via Doragrossa, è riscontrabile all'interno della «città quadrata» che, con una distribuzione capillare in prossimità degli storici luoghi di approvvigionamento, permane come l'area di maggior concentrazione commerciale per circa trent'anni[47]. Nel resto di Torino, assi stradali e *landmark* specifici funzionano come calamite di una rete distributiva più diffusa; ad esempio, attività maggiormente specializzate si localizzano in luoghi di rappresentanza, come Piazza Castello.

Si inserisce in questo panorama una modifica rilevante, pianificata a partire dagli anni trenta ed orientata al trasferimento dei mercati dal nucleo cittadino ad aree più periferiche, ma comunque prossime. Si impose a tutti i commercianti di prodotti commestibili esercenti nelle zone centrali, con banco o ambulanti, lo spostamento immediato in piazza Emanuele Filiberto, corrispondente all'attuale Porta Palazzo, tramite disposizioni della Commissione sanitaria[48]. Un provvedimento dettato sì dalle nuove direttive in materia d'igiene, ma mirato

44 Giovanni Gozzini, *Sviluppo demografico e classi sociali tra la Restaurazione e l'Unità, cit.*, p. 327.

45 Giovanni Gozzini, *Ceti e gruppi sociali nella Torino napoleonica, cit.*, p. 36.

46 Rosanna Roccia, *Il labirinto dei toponimi,* in Umberto Levra e Rosanna Roccia (a cura di), *Milleottocentoquarantotto. Torino, l'Italia, l'Europa*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 1998, p.11.

47 Andrea Job, *I luoghi del commercio nella città ottocentesca*, in Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati (a cura di), *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione*, Allemandi, Torino, 1984, p. 16.

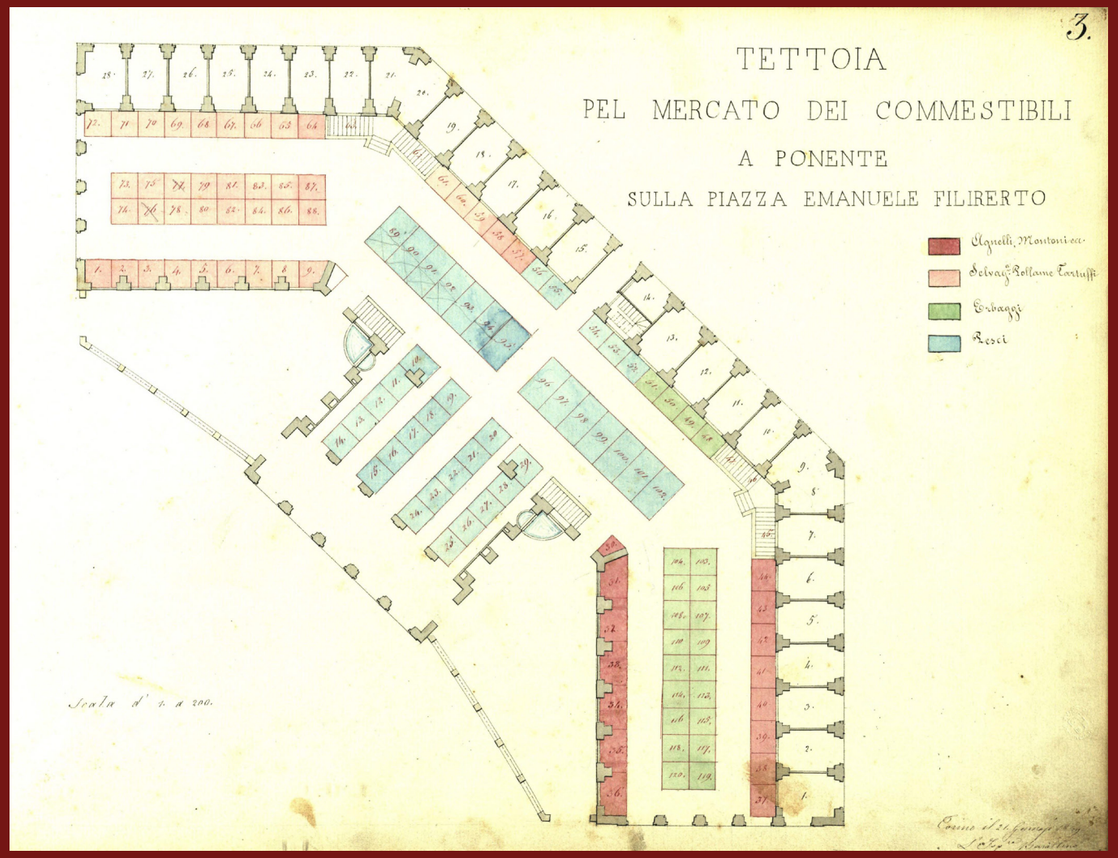
48 Paolo Piasenza, *Botteghe, negozi, mercati: i luoghi dello scambio, cit.*, p. 17.

al tempo stesso ad aggiornare i caratteri di una città che, storicamente ridisegnata per esigenze prima militari, poi auliche, si trovava ora a dover rispondere alle necessità borghesi di spazi consoni, puliti e silenziosi. La manovra fu accolta positivamente, tanto da portare le autorità a voler rendere definitive le soluzioni adottate, bandendo, pochi anni più tardi, un appalto per la realizzazione di tettoie e *trabacche* e determinando la disposizione delle postazioni, con sorteggi regolati, ed i nuovi criteri del commercio ambulante. L'autorizzazione di quest'ultimo, sorvegliato affinché si rispettassero principi di decoro attinenti l'etichetta, i costumi e l'uso degli spazi urbani, prendeva atto dell'insufficienza delle sole aree mercatali per il soddisfacimento della domanda dei cittadini; un passo che avvicinava inesorabilmente all'accettazione dell'attività del commerciante-intermediario con bottega fissa, una figura adeguata alla nuova ordinata immagine cui aspirava la società torinese[49].

I luoghi centrali e rappresentativi della città, ormai ordinaria sede della socialità, assisteranno, nel periodo carloalbertino, alla riorganizzazione di un decoroso commercio di intermediazione, di carattere voluttuario e specializzato, che, espellendo attività minori e manifestazioni popolari, risponderà alle esigenze della clientela borghese. Una clientela differenziata, consumi diversificati e ritmi produttivi più avanzati si configurano come nuove variabili che entrano in gioco e modificano finalmente lo scenario commerciale, distaccandolo dal modello settecentesco precedente. La vendita libera le vie dalla sua presenza, rientrando negli edifici e appropriandosi degli spazi interni, dal laboratorio al deposito, prima solo ambienti complementari agli scambi effettuati sulla strada, che cambiano ora significato e diventano protagonisti nell'atto di vendita[50]. Il negozio si cura, nei decori e negli arredamenti, si copre

49 *ibidem*, p. 19.

50 Chiara Ronchetta, *Negozi e locali storici di Torino*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 2006, p.17.



Tettoia pel mercato dei commestibili
Piazza Emanuele Filiberto, detta Porta Palazzo, 1869
(da: Mercati, 1869)

con una vetrina che permette di mostrare la merce in vendita ed allettare il cliente, influenzandone i gusti e consentendo di aumentare i ritmi di vendita[51]. È il periodo della manifestazione dell'arredo commerciale, strumento per dotare la bottega di un'inedita connotazione formale, con principi decorativi che si tradurranno, nella seconda metà del secolo, in più articolate forme segnaletiche e pubblicitarie. L'immagine delle botteghe, a dialogo con gli elementi architettonici ed urbanistici, diventa il mezzo di completamento dell'aspetto aulico della città e dei suoi luoghi.

In seguito alla perdita del ruolo di capitale del Regno d'Italia, Torino tenderà a voler rafforzare la propria identità di città della produzione; a partire dagli anni settanta dell'Ottocento attività artigiane e piccolo-industriali, sempre strettamente legate al commercio torinese, subiranno un impulso che vedrà un notevole accrescimento dei punti vendita, di pari passo con l'ingrandimento della città. Dal principio a poco oltre la metà del secolo, per esempio, i macellai triplicarono, pur mantenendo sostanzialmente il medesimo peso percentuale sul totale della popolazione, mentre i fornai passarono da 585 a 2016. Sintomatica della crescita e di nostro particolare interesse, la registrazione nelle guide turistiche cittadine del numero di locali pubblici e caffè, passata da appena 326 locali nel 1802 ai ben 1269 nel censimento del 1861[52]. Questo sviluppo della rete distributiva, favorito anche tramite l'espansione del sistema dei portici, elementi architettonici distintivi dell'ambiente urbano torinese utili a formare spazi commerciali pedonali e protetti, caratterizzati da un certo prestigio, contribuirà ad alimentare il fenomeno concorrenziale[53]. Questo renderà fondamentale per le botteghe la riconoscibilità e la distinzione rispetto agli adiacenti esercizi, sia nella connotazione esterna che nella si-

51 Lewis Mumford, *La città nella storia*, Castelvecchi, Roma, 2013, p. 612.

52 Giovanni Gozzini, *Sviluppo demografico e classi sociali tra la Restaurazione e l'Unità, cit.*, p. 327.

53 Roberto Gabetti, *Architetture dell'eclettismo,* in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VII: da capitale politica a capitale industriale (1864-1915)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2001, p. 330.

stemazione degli interni; così decorazioni ed arredi rielaborano gli ambienti borghesi della committenza, riflettendo al tempo stesso il rango dell'attività e conseguentemente di chi la gestisce, coinvolgendo ogni tipologia di commercio, compresi quelli minori[54].

«Ma il più bello spettacolo vivo, e nello stesso tempo il più originale, che offra Torino, è la passeggiata sotto i portici di Po, le sere d'inverno. I portici sono i boulevards di Torino. […] La prima cosa che dà agli occhi è il contrasto della bottega splendida col baraccone da villaggio che le sorge in faccia, nello stesso tempo officina e negozio; il banco della fruttaiola di fronte alla trattoria aristocratica; il rivenditore d'almanacchi e di libri usati in faccia al grande libraio signorile. La contessa vestita in gala passa accanto ai banchi di legumi e di caci, la conversazione leccata dei dandy è interrotta dall'urlio plebeo dei cavamacchie e dei venditori di fotografie; tutto il mondo elegante sfila in mezzo a quella lotta muta e continua del grande e del piccolo commercio, schierati l'uno di fronte all'altro, in atteggiamento ostile, come due catene di sentinelle avanzate dei due grossi eserciti nemici della borghesia e della plebe[55]».

Nonostante gli avanzamenti di fine secolo, molti settori continuano ad assistere alla nascita di punti vendita di piccole dimensioni caratterizzati da una struttura ed una gestione del commercio di stampo antiquato; insufficienza di igiene e persistenza di pratiche legate al passato, come quelle della contrattazione o del credito, contribuiscono a rendere difficoltose le condizioni di vita del ceto dei commercianti, distanziato, per evidenti disponibilità economiche e capacità imprenditoriali, da quello borghese.

54 Andrea Job, *I luoghi del commercio nella città ottocentesca, cit.*, p.20.

55 Edmondo Deamicis, *La città*, in *Torino 1880*, Roux e Favale, Torino, 1880, p. 51.

CAPITOLO 2

i *luoghi* della *società borghese.*

Se abbiamo precedentemente indagato come l'influenza napoleonica abbia contribuito a modificare fondamentali dinamiche dell'economia piemontese, non si può prescindere dall'evidenziare il peso che già la Rivoluzione francese ha avuto nella trasformazione dell'assetto della società europea occidentale ottocentesca, e con essa di quella italiana. Nuove idee e principi politici contribuiscono all'origine di una società post-cetuale, entro la quale le rigide delimitazioni dei gruppi sociali dell'Antico Regime si ammorbidiscono, ordini, privilegi e gerarchie si dissolvono e gli individui ottengono la possibilità di accrescere il proprio *status* sociale[56]. Si prepara così il terreno per la presa di posizione della classe borghese, protagonista di questo periodo storico e variabile fondamentale per questa ricerca, in quanto prima destinataria di liquorerie, vermoutherie e altre inedite tipologie architettoniche legate al nascente concetto di *loisir*, sul quale ci soffermeremo a breve.

«Il termine di borghese vuole indicare in senso generale una classe di cittadini che si trova solo nei grandi comuni. Gli uomini di legge e di medicina, i benestanti che vivono di rendita, in una parola la maggioranza di coloro che non sono artigiani, né contadini, né braccianti, né salariati e che la natura dei propri mezzi di sussistenza o la cultura richiesta dalla propria professione annovera in una classe differente, sono compresi in quella dei borghesi[57]».

Una definizione questa che delinea dunque un gruppo, un insieme di cittadini di estrazione non nobiliare, accomunati non da titoli e diritti di nascita, quanto piuttosto da capitali

56 Alberto M. Banti, *Storia della borghesia italiana: l'età liberale,* Donzelli Editore, Roma, 1996, p. VII.

57 Nota del prefetto A. Lameth ai sindaci dei Comuni del Dipartimento di Po, 9 febbraio 1810, citata in Giovanni Gozzini, *Ceti e gruppi sociali nella Torino napoleonica, cit.*, p. 25.

economici e culturali costruitisi con le proprie abilità, pronti a sfidare il vacillante potere aristocratico e porsi alla guida degli affari. I labili confini sociali della società ottocentesca, insieme all'eterogeneità di profili che abbiamo visto potersi riconoscere sotto il nome di «borghesi», rende necessario chiarire come questa classe intermedia, posta formalmente al di sotto del ceto nobiliare e al di sopra della classe operaia, si rapportasse ai diversi contesti economico, politico-ideologico, culturale ed intellettuale. Bisogna tuttavia sempre tenere a mente come i confini di questa fetta di società non siano rigidamente definiti né sufficientemente uniformi da poter delineare con precisione la personalità del tipico appartenente alla borghesia.

Sotto il profilo economico la figura del borghese può dirsi riconducibile a quella del capitalista, possessore di risorse monetarie in genere provenienti da attività di tipo imprenditoriale, all'interno delle quali erano incluse all'epoca le libere professioni, al fianco delle occupazioni legate al mondo del commercio e dell'industria, o da beni di rendita. La composizione del patrimonio degli appartenenti alla classe borghese è in principio spesso costituita dalla proprietà fondiaria, un fattore fonte di stabilizzazione sociale, che, come già esaminato nei paragrafi precedenti, concorrerà ad indirizzare l'economia piemontese. Viziato da fattori di natura culturale, il desiderio di imporre il proprio successo economico, si traduceva nell'acquisto di beni tangibili, solidi e sicuri, come le terre, fattore unificante per una buona parte di questa nuova *élite*[58]. Dal punto di vista politico, mentre le posizioni di potere più elevate continuavano ad essere dominate dalle medesime categorie, principalmente di estrazione aristocratica, cui i ruoli di governo erano tradizionalmente attribuiti, le cariche minori con peso a livello locale, come potevano essere quelle relative ai municipi, furono conquistate

58 Alberto M. Banti, *Storia della borghesia italiana: l'età liberale*, *cit.*, p. 65.

dalla borghesia. Abbiamo già visto come, nel contesto torinese, l'Associazione agraria subalpina si sia posta come un affluente per l'ingresso del ceto borghese alla sfera politica; l'istituzione era in buona parte costituita da avvocati, un gruppo forte con un ruolo centrale e una presenza consistente all'interno della borghesia delle professioni, simbolo di conoscenza sia tecnica che umanistica e connessione tra capitale sociale e capitale culturale[59]. Se il nucleo delle professioni forensi risultava piuttosto strutturato e per lungo tempo preponderante all'interno della società torinese, è difficile stimare il ruolo dell'articolato ceto finanziario ed imprenditoriale. Una linea divisoria separava, sulla base di criteri economici, gli imprenditori dai negozianti, gli intermediari commerciali e gli artigiani, che rivendevano la merce direttamente al pubblico; questi rappresentavano gli strati più bassi della classe media e si distaccavano dai borghesi per le differenti aspirazioni, oltre che per condizione economica e sociale. Tuttavia, ancora nel corso dell'Ottocento, alcuni piccoli produttori e rivenditori furono in grado di consolidare e far prosperare la propria attività a livello locale, trasformandosi così in degni appartenenti al ceto borghese; un fatto, questo, che rende ancora più difficoltoso stabilire in maniera definita i confini di questa classe sociale[60]. A questo proposito è interessante notare come nel 1802, con il censimento francese, si segnalasse con il termine di negoziante il profilo del mercante-imprenditore, investitore di capitali per l'acquisto di merce da rivendere, differenziato dagli artigiani ed i manifattori. Una distinzione articolata, che meglio aiuta a comprendere la complessità del settore commerciale borghese e che venne mantenuta per alcuni decenni, prima che i rilevamenti di metà secolo riunissero le oltre 7000 figure del ceto finanziario-imprenditoriale torinese sotto la generica denominazione di «negozianti»[61]. Sotto

59 Giovanni Gozzini, *Sviluppo demografico e classi sociali tra la Restaurazione e l'Unità*, *cit.*, p. 324.

60 Eric J. Hobsbawm, *Il trionfo della borghesia (1848-1875)*, Laterza, Roma, 2003, p. 140.

61 Giovanni Gozzini, *Sviluppo demografico e classi sociali tra la Restaurazione e l'Unità*, *cit.*, p. 325.

l'aspetto ideologico, il borghese della seconda metà dell'Ottocento era per la maggioranza liberale; capitalismo, tecnologia, ragione, progresso e cultura, insieme al riconoscimento di diritti civili e libertà, pur sempre controllati in modo da mantenere un certo ordine ed equilibrio a loro favorevoli all'interno della società, erano i fondamenti della mentalità borghese. Il credo nel lavoro, nel talento e nel merito resero la classe media consapevole delle proprie possibilità e forte nel conquistare una posizione indipendente, di potere ed influenza, all'interno della società del XIX secolo.

2.2 IL CONCETTO ED I LUOGHI DEL LOISIR
I luoghi della società borghese

Il concetto di *loisir*, dal latino «*licere*» (trad. essere consentito), porta con sé l'idea di permissione, licenza da un dovere o un potere esterno, generalmente superiore; è una nozione che si afferma con la Rivoluzione industriale, quando la nascita dell'impiego in fabbrica e salariato porta a contrapporre il momento legato al luogo di lavoro con il momento legato ai luoghi del quotidiano[62]. Dal tempo quantificato e regolamentato della produttività si separa il tempo libero, finalizzato alla ricostituzione delle forze sia fisiche che psichiche, quale simbolo di emancipazione dallo sfruttamento delle fabbriche. L'idea che scaturisce si basa pertanto su delle regole temporali relative alle nuove qualità della società urbanizzata, non più scandita dallo svolgimento delle attività agricole ed artigianali, dettato dalla natura con l'alternanza delle stagioni e dei cicli giorno-notte, quanto piuttosto dal regime del lavoro meccanizzato, imposto dalle esigenze produttive e dai mercati, che con il supporto dell'illuminazione abbatte perfino i limiti del consueto ritmo

62 Maria Carmen Belloni, voce *Tempo libero*, in *Enciclopedia delle scienze sociali*, Treccani, 1998.

biologico[63]. Queste condizioni portano pertanto alla necessità di un celere adattamento delle classi lavoratrici ad una nuova scansione ed organizzazione della giornata, così come la loro aderenza a valori nuovi, quali il concetto di accumulazione e l'abitudine all'alternanza tra lavoro e tempo libero, un principio, quest'ultimo, che diventava fondamentale perché le attività venissero svolte secondo le severe regolamentazioni stabilite. Tuttavia a Torino, principalmente nella prima parte dell'Ottocento, ma anche lungo il resto del secolo, il *loisir* risultava essere un privilegio praticamente sconosciuto alla maggior parte della popolazione, di cui potevano godere soltanto le classi più abbienti, ossia la nobiltà e la borghesia. Tempi di occupazione variabili tra le 12 e le 16 ore giornaliere, precariato ed impiego in attività irregolari di diverso genere non costituivano le condizioni ideali per potersi permettere attività legate allo svago, le quali richiedevano in molti casi un buon investimento di denaro[64]. Gli imprenditori, i commercianti, gli impiegati e gli studenti di condizione più agiata saranno pertanto, nel XIX secolo, i primi destinatari di questo fenomeno sociale e delle tipologie architettoniche ad esso legate che inizieranno a diffondersi; teatri, cinema, caffè, circoli sportivi, parchi, per citarne alcune, risponderanno alla domanda borghese di luoghi aggiornati, riplasmati ed adattati alle esigenze della nuova classe media, che, unite alla pretesa di spazi più salubri, concorreranno a mutare la città. In un complesso processo di modernizzazione e laicizzazione della società si inserirà infatti una nuova politica igienico-sanitaria di stampo moderno, non più legata al decoro e all'immagine, come nel Settecento, quanto piuttosto razionale ed attenta alle più recenti scoperte scientifiche[65]. Si tentava dunque di porre rimedio ad una serie di situazioni critiche legate al nucleo urbano, generatrici di periodiche epidemie e

63 *ibidem*.

64 Patrizia Ferrara, *Ginnastica, sport e tempo libero*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VII: da capitale politica a capitale industriale (1864-1915)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2001, p. 1075.

65 Serenella Nonnis Vigilante, *Igiene pubblica e sanità municipale*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VII: da capitale politica a capitale industriale (1864-1915)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2001, p. 365.

di generali condizione di malessere, dovute sia ad una densità abitativa in continuo aumento, sia all'inadeguatezza di spazi e sistemi di gestione delle acque. Proprio la precarietà delle condizioni sanitarie, aggravate dal caldo nei periodi estivi, favorì l'estendersi di un altro fenomeno ottocentesco connesso al *loisir*; la villeggiatura. Questa forma di svago prese particolarmente forza grazie alle opere di infrastrutturazione del territorio, che resero gradualmente raggiungibili, in modo più agevole, località marittime come montane, promuovendo la crescita di strutture ricettive e legate all'intrattenimento, quali stabilimenti idroterapici, casinò, caffè danzanti ed alberghi. Questi ultimi, sostanziale evoluzione delle locande del XIII secolo, furono una tipologia frequente anche all'interno dei maggiori nuclei urbani, dove si diffusero, per necessità non solo turistiche ma anche lavorative, nei pressi delle stazioni ferroviarie e successivamente in maniera più estesa all'interno del tessuto cittadino, ricercando soluzioni architettoniche distintive. Se come abbiamo accennato le strutture ricettive ottocentesche furono il frutto di una serie di aggiornamenti di una tipologia esistente, cui si aggiunsero attrezzature ed ambienti rispondenti alle esigenze del tempo, come un'illuminazione adeguata, ascensori e sale per intrattenimenti, che diedero all'albergo un significato simile a quello che attualmente conosciamo, lo stesso accadde per altre architetture legate al *loisir* borghese. Ad esempio, tra il XVIII ed il XIX secolo, il teatro, configuratosi fino ad allora come un «edificio di corte», si democratizza e si trasforma nello *status symbol* della nuova classe media, diventando automaticamente oggetto di adeguamenti tecnologici ed ampliamenti necessari a far fronte a questa nuova affluenza . Balli, concerti, spettacoli di prosa e opere di vario genere, inscenati in edifici rappresentativi collocati strategicamente all'interno del tessuto

66 Nikolaus Pevsner, *Storia e caratteri degli edifici*, Fratelli Palombi Editori, Roma, 1986, p. 207.

67 Guido Zucconi, *La città dell'Ottocento*, Editori Laterza, Bari, 2018, p. 98.

urbano, diventano un intrattenimento popolare per un pubblico nuovo, che attira l'attenzione delle testate giornalistiche, pronte a dipingerne il profilo sociale attraverso le critiche teatrali, come accadde nella Torino in pieno fervore politico di metà secolo . Altri tipi edilizi, quali le terme e le attrezzature sportive, si rifanno a tematiche legate alla salute ed il culto del corpo, esaltate nell'Antichità e rielaborate nell'Ottocento dalla cultura anglosassone, attraverso la progettazione di nuovi impianti specializzati che entrano nella città, abitualmente inseriti in un parco pubblico . Il verde pubblico, la cui nascita è collegata ai principi di uguaglianza del pensiero illuminista, in contrapposizione al verde privato Sei e Settecentesco appartenente ad edifici nobiliari e religiosi, è un altro tema fondamentale per il ridisegno della città del XIX secolo. Spesso progettato in concomitanza delle grandi Esposizioni, il parco veniva utilizzato come uno scenario, all'interno del quale venivano disseminate strutture di servizio dal carattere più o meno provvisorio, la cui sorte sarebbe stata decisa al concludersi dell'evento, quando il verde sarebbe stato lasciato in eredità alla città come luogo di ritrovo e svago.

In questo senso vale la pena citare, in riferimento al contesto torinese, l'esempio del Parco del Valentino che, insieme ai grandi viali di metà Ottocento, si pone come uno dei maggiori apparati verdi dell'intera struttura urbana. In maniera precoce rispetto a numerose capitali europee, la municipalità torinese avvertì la necessità di fornire la città della nuova tipologia ottocentesca del parco pubblico; la trattativa, che prese forma sui terreni demaniali del Valentino, si sarebbe dovuta sviluppare come un sistema di verde integrato, in complemento ai viali-parco intesi come spazi di relazione e dialogo con le aree edificate . Incluso nella ricerca di soluzioni urbane inserite nel

68 Clelia Parvopassu, *I teatri*, in Umberto Levra e Rosanna Roccia (a cura di), *Milleottocentoquarantotto. Torino, l'Italia, l'Europa*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 1998, p. 41.

69 Guido Zucconi, *La città dell'Ottocento*, *cit.*, p. 144.

70 Vera Comoli Mandracci, *Urbanistica e architettura*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VI. La città nel Risorgimento (1798-1864)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2000, p. 434.

verde progettato fu l'asse del viale del Re, conosciuto oggi come corso Vittorio Emanuele II, il quale riprendeva gli antichi tracciati verdi relazionati al Valentino per estendersi verso il Borgo della Crocetta e le nuove aree di ampliamento della città, connotando l'intera struttura urbana[71]. Il viale, già coinvolto nel 1817 nella progettazione di un giardino pubblico di cucitura con il tessuto costruito secondo quanto previsto nel *Piano regolare* di Gaetano Lombardi, assumeva un carattere paesaggistico di prestigio, in rapporto al Valentino e alle colline torinesi, favorendo l'insediamento della classe borghese e lo sviluppo di una tipologia edilizia ad essa adeguata. Tuttavia, l'idea che prevedeva l'inserimento di nuovi fabbricati in una dimensione più aperta fu presto messa da parte; il viale del Re, a fronte del crescente ampliamento della città, divenne oggetto di una lottizzazione residenziale più densa, carattere che si estese all'intera area di Borgo Nuovo, mentre un'alternativa ridotta, nel 1834-35, portò alla costruzione del Giardino dei Ripari, con passaggi per carrozze e chiosco del caffè «foggiato a rotonda[72]», in sintonia con il concetto del *loisir* borghese[73]. Il Giardino, inizialmente frequentato luogo di ritrovo, secondo quanto riportato da Andrea Covino nella sua Descrizione Illustrata di Torino, andò spopolandosi in seguito dell'apertura di numerosi passeggi, tra i quali l'importante Parco del Valentino. Ragioni igieniche, di opportunità, estetiche ed economiche vedevano ormai in quest'area verde un ostacolo frapposto tra Borgo Nuovo e la restante parte della città, tanto da portare alla decisione del suo smantellamento in favore della costruzione di nuove residenze ed alcune aiuole, come quella dedicata a Cesare Balbo, ancora oggi traccia dello storico giardino[74].

Il Parco del Valentino, situato in posizione favorevole ai piedi della collina, affacciato sul fiume e favorito dall'orogra-

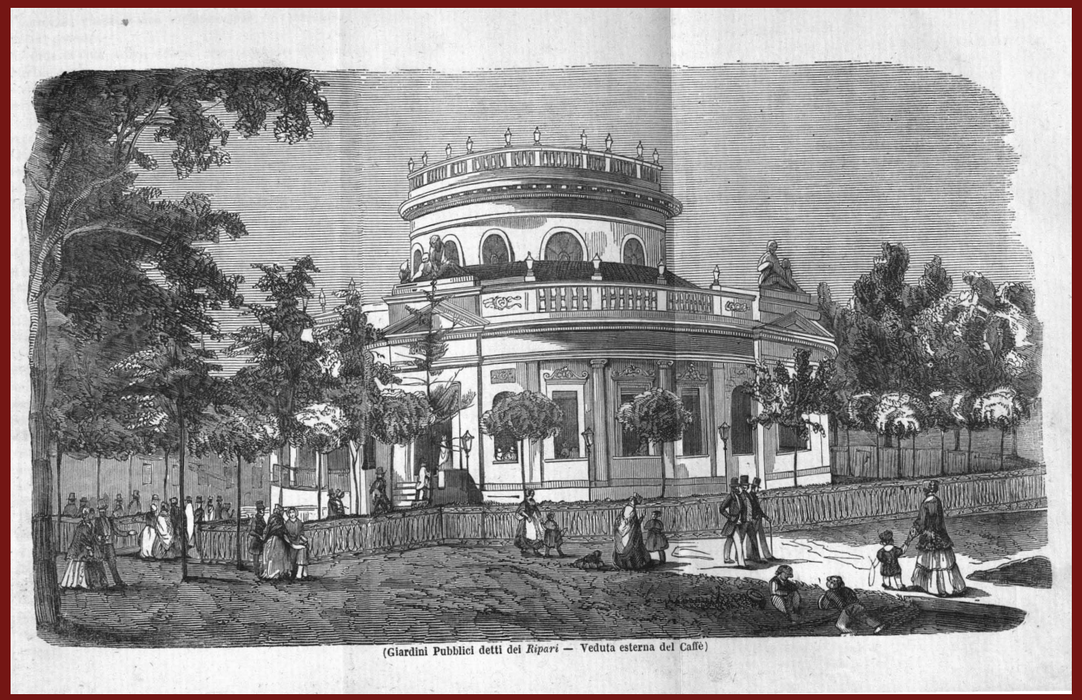
71 Roberto Gabetti, *Architetture dell'eclettismo, cit.*, p. 333.

72 Guglielmo Stefani, Domenico Mondo, *Torino e i suoi dintorni: guida storico-artistica, amministrativa e commerciale*, Carlo Schiepatti Libraio Editore, Torino, 1852, p. 32.

73 Vera Comoli Mandracci, *Urbanistica e architettura, cit.*, p. 431.

74 Andrea Covino, *Torino: descrizione illustrata, cit.*, p. 45.

Piano Regolare della Città di Torino e Sobborghi
progetto urbanistico dell'Ingegnere Gaetano Lombardi, 1817
(ASCT, *Tipi e Disegni*, rotolo 15 B)


(Giardini Pubblici detti dei *Ripari* — Veduta esterna del Caffè)

Chiosco del caffè del Giardino dei Ripari

veduta esterna, incisione stampata, 1852

(da: Guglielmo Stefani, Domenico Mondo,1852, p. 64)

fia nel disegno di sentieri interni, parterre, collinette e fontane progettate dall'architetto francese Barrillet-Dechamps, si aggiudicò la fama di una delle passeggiate più incantevoli che si trovassero in Italia[75]. Uno tra i maggiori luoghi di ritrovo e socialità della Torino ottocentesca, il parco, attrezzato con strutture per la ginnastica ed il velocipedismo, circoli per la pratica di attività ricreative dedicati al nuoto ed al canottaggio e campi da bocce, divenne un polo del tempo libero, ospitando eventi di vario genere, tra concerti, feste, giochi e gare sportive[76]. Discipline come l'educazione fisica fecero il loro ingresso in Italia attraverso la società torinese prerisorgimentale, con la fondazione, nel 1844, della Società ginnastica di Torino; soltanto pochi mesi dopo la creazione di questa istituzione, sorgeva già, al Valentino, la prima palestra destinata ad accogliere corsi di danza, scherma ed equitazione[77]. Il parco si configurò inoltre come luogo preposto all'impianto di costruzioni architettoniche effimere ad uso commerciale, di piccole dimensioni, con strutture in legno e successivamente in ferro, caratterizzate da un apparato decorativo articolato ed identificabili con il nome di chioschi. Deputate, per la maggior parte, alla vendita di giornali e bibite, queste architetture si distinsero come una particolarità degli spazi pubblici della città del XIX secolo, all'interno dei quali si collocavano strategicamente per accompagnare il passeggio; tra queste si distingue lo *chalet* in forma di *vacherie suisse*, realizzato negli ampi spazi del Valentino in occasione dell'Esposizione Generale Italiana del 1884[78]. I progetti per i chioschi, in un primo momento presentati al comune da parte di privati, vennero in seguito elaborati attraverso la pubblica amministrazione con la presumibile volontà di uniformarne il disegno, sebbene l'ispirazione del linguaggio decorativo, di matrice eclettica, portasse all'adozione delle soluzioni più varie.

75 *ibidem*.

76 Patrizia Ferrara, *Ginnastica, sport e tempo libero, cit.*, p. 1077.

77 Marco Violardo, *Gli sport,* in Umberto Levra e Rosanna Roccia (a cura di), *Milleottocentoquarantotto. Torino, l'Italia, l'Europa*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 1998, p. 77.

78 Vera Comoli Mandracci, *Torino città di loisir: viali, parchi e giardini tra Otto e Novecento*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 1996, p. 299.

L'ottenimento del permesso di costruire queste strutture con il consenso della pubblica amministrazione risultava non troppo semplice, in particolare relativamente alle strutture dedicate al ristoro, per la distribuzione di bevande e gelati, le quali si riteneva potessero recare perdite economiche ai locali analoghi collocati stabilmente nelle vicinanze di piazze e giardini. Non solo, ulteriore motivo di contrasto risiedeva nel fatto che caffè e liquorerie si stessero dotando sempre più frequentemente di stabilimenti stagionali, detti «caffè-giardini»; estensioni temporanee dei locali interni sul suolo pubblico, che oggi chiameremmo *dehors*, potevano risolversi nella semplice disposizione di arredo o in vere e proprie strutture[79]. Assieme alla moltitudine di tipologie già citate, i caffè e le liquorerie furono tra i maggiori luoghi di intrattenimento di Torino, città orgogliosa di vantare una lunga tradizione di questi locali nobili, igienici ed economici[80], sui quali ci concentreremo nelle pagine a seguire.

79 *ibidem*, p. 304.

80 Andrea Covino, *Torino: descrizione illustrata*, *cit.*, p. 29.

2.3 LO SVILUPPO NELLA PROGETTAZIONE DEGLI SPAZI COMMERCIALI
I luoghi della società borghese

Le guide cittadine ottocentesche, fonti fondamentali per quanto riguarda l'approfondimento di molteplici aspetti della società e delle usanze dei torinesi del XIX secolo, sottolineano più volte la vitalità della capitale caratterizzata da un'abitudine singolare: il passeggio. I luoghi di passeggio, individuabili nelle aree verdi, su cui ci siamo precedentemente soffermati, nel periodo estivo e nei portici, in particolare quelli di via Po ed i famosi portici della Fiera, durante l'inverno, si trasformavano in luoghi di socialità, di confronto politico e culturale, di espressione della collettività.

Come riportato da Alberto Arnulfi nel testo dedicato a Torino nel 1880

«È sotto i portici della fiera […] e nel prolungamento di essi per la via di Po, che la vita cittadina si manifesta in tutta la sua attività […]. Quivi il Piemontese del vecchio stampo passeggia con gravità, e fumando a grosse boccate il tradizionale sigaro cavour tratta col solito amico della palpitante questione del giorno. Ivi accanto alla damina che si ferma estatica dinnanzi alle vetrine seduttrici covando peccaminosi desideri, passa elegante e sdegnosa la gran dama, ed entra invidiata ad approvvigionare il suo arsenale galante nei ricchi negozi […][81]».

81 Alberto Arnulfi, *Vita torinese*, in *Torino: 1880*, Roux e Favale, Torino, 1880, p. 214.

Mentre

«i caffè, in numero considerevole in Torino, alcuni dei quali assai eleganti, quasi tutti affollatissimi, costituiscono un importante fattore della vita cittadina […]»

è quanto annotato da Ernesto Marini nei suoi scritti[82].

Se abbiamo già sottolineato nel capitolo precedente come il sistema dei portici torinesi abbia favorito la concentrazione dei negozi, le botteghe ed i locali, collocati al riparo di queste strutture caratteristiche della città, vale la pena considerare come questi ambienti, dai quali vermoutherie e liquorerie trarranno le proprie caratteristiche, siano mutati nel tempo, sino ad adeguarsi al tipo di clientela della società borghese, per la quale gli esercizi commerciali costituivano un attributo delle attività legate al tempo libero.

Le botteghe, intese come locali spesso impiegati sia per la produzione che per la vendita delle merci più disparate, sono luoghi con un passato tutt'altro che recente, presenti in svariati paesi ed altrettante civiltà, che si sono servite di questi spazi

82 Ernesto Marini, *Augusta Taurinorum: Torino illustrata nelle sue cose e nei suoi cittadini*, Ernesto Marini Ed., Genova, 1901, p. 7.

ed hanno contribuito a modificarli nel tempo. Già nell'antica Grecia si possono infatti riscontrare alcuni aspetti fondamentali che caratterizzeranno la bottega per lungo tempo, giungendo fino all'Ottocento. Sin da allora i commercianti al minuto avvertirono la necessità di sostituire, alle baracche provvisorie impiegate per la vendita dei prodotti, delle strutture più solide in muratura, a pianta rettangolare, con lati non superiori ai 4 metri, collocate lateralmente alle vie o sotto i sistemi porticati delle piazze, sulle quali affacciavano tramite aperture molto ampie atte ad esporre efficacemente la merce[83]. Se spesso, in un primo tempo, questi locali sistemati sul fronte degli edifici non comunicavano con gli ambienti retrostanti, è pur vero che iniziarono presto a dotarsi di un piano superiore, probabile spazio di deposito o piccola industria, con annesso aggetto, in forma di balcone o tettoia, utile a proteggere l'ingresso della bottega dal sole e le intemperie. Le medesime caratteristiche sono riscontrabili per gli spazi di rivendita di epoca romana, di cui si conoscono diversi esempi localizzati a Pompei; qui, lungo le pareti di alcuni locali, sono stati ritrovati dei fori per il sostegno di mensole, le quali, insieme a mobili decorati di cui si ha testimonianza in alcune rappresentazioni dell'epoca, costituivano l'arredo delle botteghe. Fondamentale era la *tabula*, il bancone in materiale ligneo o muratura spesso scomposto in due parti disposte ad angolo retto, accompagnate talvolta da una struttura a gradoni per esibire la merce nei negozi di commestibili o piccoli oggetti, sebbene la maggior parte dei prodotti fosse abitualmente esposta in strada[84]. Le botteghe, le cui facciate, in alcuni casi, raffiguravano pitture simboliche legate al mondo del commercio ed identificate con il nome di *insignia*, venivano chiuse infine con un sistema di tavole in legno incastrate in dei solchi, operati sulla soglia e sull'architrave del

83 Anthony Rich, voce *Taberna*, in *Dizionario delle antichità greche e romane vol. II,* Milano, 1869, p. 322.

84 Giuseppe Spano, Nello Tarchiani, Giovanni Vacca, voce *Bottega*, in *Enciclopedia Italiana*, Treccani, 1930.

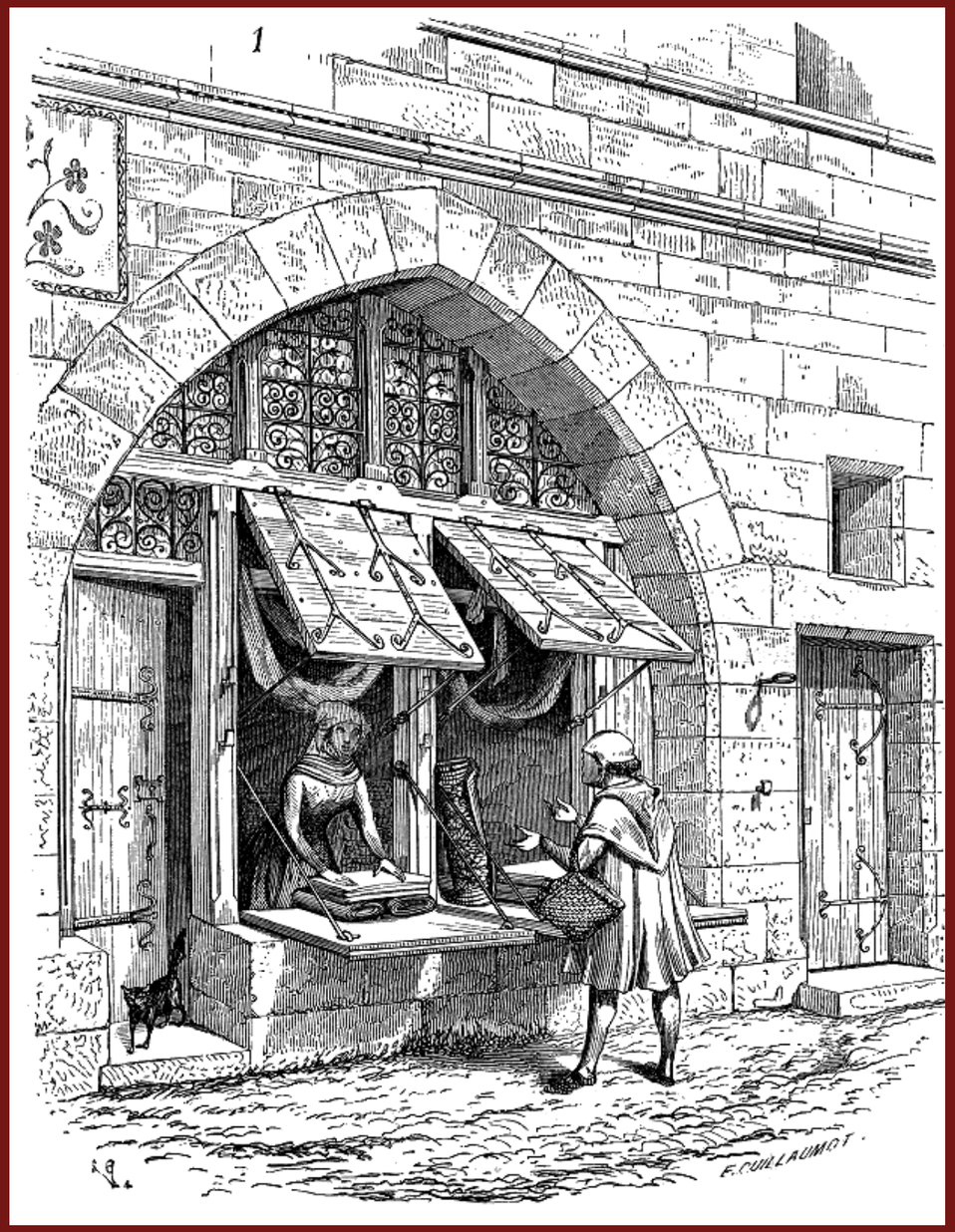
vano d'ingresso, ed un battente munito di serratura all'estremità[85]. Molte delle qualità sopracitate distinsero anche gli esercizi commerciali medievali e di età moderna, come riportato nel Dizionario ragionato dell'architettura francese redatto da Viollet-le-Duc a metà del XIX secolo. Similmente al periodo precedente le botteghe mantenevano la propria collocazione al piano terra degli edifici, di modo che il locale si aprisse, tramite un'apertura ad arco, sulla strada, luogo degli scambi, mentre gli spazi interni erano riservati all'accesso dei commercianti e gli apprendisti, che avevano spesso a disposizione ambienti posteriori o sotterranei per la lavorazione e lo stoccaggio della merce. L'interruzione della comunicazione tra strada e bottega era generalmente effettuata attraverso dei sistemi di chiusura con ante a sporgere, sia inferiori che superiori, il primo dei quali si abbassava in modo da costituire una sorta di banco per l'esposizione della merce, mentre nella parte superiore dell'arco un lucernario permetteva di portare luce all'interno. Le vie, teatro degli acquisti, stimolavano i negozianti alla ricerca di affacci su strada sempre più ampi, di cui abbiamo traccia nei sistemi ad arco ribassato sostenuto da un pilastro intermedio, e venivano spesso bloccate dai traffici dei commercianti, cui si tentò di porre dei limiti regolamentando le arterie stradali, tramite, ad esempio, l'istituzione dei marciapiedi[86]; ancora nel Rinascimento lunghe file di negozi, di dimensioni via via più ampie, si susseguiranno ai lati dei passaggi[87], caratterizzando intere parti di città che da essi prenderanno il nome.

Se l'abitudine era il carattere che portava la clientela a legarsi ad una determinata attività commerciale, la quale tendeva a mutare e arricchire i propri ambienti il meno possibile per non perdere la fiducia dei propri acquirenti, saranno proprio l'originalità quanto la qualità della merce a connotare i negozi

85 *ibidem.*

86 EugèneViollet-le-Duc, voce *Boutique*, in *Dictionnaire raisonné de l'architecture française du XIe au XVIe siècle*, B. Bance éditeur, Parigi, 1859, p. 234.

87 Nikolaus Pevsner, *Storia e caratteri degli edifici, cit.*, p. 311.



Affaccio su strada di una bottega medioevale

incisione stampata, 1859

(Eugène Viollet-le-Duc, 1859, p. 236)

ottocenteschi e a distaccarli da quelli dei periodi antecedenti[88], anche in ragione della localizzazione più diffusa e centrale delle attività commerciali all'interno del nucleo urbano, di cui abbiamo trattato nel capitolo precedente. È qui che l'acquisto delle merci, lo scambio tra produttore e consumatore, non si classifica più come un fenomeno secondario, arrivando ad essere non soltanto una necessità per il soddisfacimento di bisogni primari, ma anche un'attività frivola ed un'occasione di intrattenimento[89]. La figura dell'intermediario commerciale prende forza: il mediatore afferma il proprio nome, intuisce e manipola le preferenze dei clienti, investe i propri ricavi per arredare i locali di sua proprietà, tra cristalli, specchiere, lanterne e decori[90] volti a nobilitarne l'immagine, in un costante confronto con la dominante società borghese, che consolida la sua identità aggiungendo i negozi ai propri luoghi rappresentativi[91]. La bottega aperta, presente fino a fine XVII secolo, viene delimitata con vetrine montate su intelaiature appositamente progettate, prima in Olanda, poi in Francia e in Inghilterra, nei primi decenni del Settecento, per arrivare gradualmente al montaggio di lastre di vetro ininterrotte di dimensioni maggiori, più comuni a partire dal XIX secolo[92], mutando il rapporto edificio-strada. Chiusure vetrate sempre più grandi ed insegne più riconoscibili si accompagnano a locali di maggiore ampiezza, portando a modificare i rapporti tra pieni e vuoti dei piani terra degli stabili urbani, ora trasparenti e connotati da una struttura esile, grazie all'introduzione di nuove tecnologie, come l'uso del ferro per le strutture portanti[93]. L'immagine dei negozi si rifà ad una molteplicità di modelli e fonti di matrice internazionale, che non mira ad un linguaggio specifico quanto piuttosto ad allettare il cliente, riproponendo i modelli delle dimore aristocratiche europee appartenenti all'età moderna; artigiani, decoratori

88 Eugène Viollet-le-Duc, *Dictionnaire raisonné de l'architecture française du XIe au XVIe siècle cit.*, p. 240.

89 Lewis Mumford, *La città nella storia, cit.*, p. 613.

90 *ibidem*.

91 Sergio Pace, *Vetrine del progresso: modelli, repertori, immaginari per i negozi ottocenteschi*, in Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni ed interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001, p. 36.

92 Nikolaus Pevsner, *Storia e caratteri degli edifici, cit.*, p. 311.

93 Sergio Pace,*Vetrine del progresso: modelli, repertori, immaginari per i negozi ottocenteschi, cit.*, p. 39.

e stuccatori hanno un ruolo fondamentale nella costituzione degli ambienti interni, raramente controllati da un preciso disegno di architettura, almeno fino a fine Ottocento. La singolarità degli esercizi commerciali, incentivata da un' espansione del mercato che comporta una maggiore concorrenza, si declina nelle *devanture*, sovrastrutture esterne comparse tra il XVIII e il XIX secolo, indice del passaggio tra la bottega medievale ed il negozio contemporaneo[94], con infissi elaborati ed elementi decorativi che mirano a simboleggiare l'importanza dei differenti commerci. La comparsa dell'arredo commerciale durante il primo Ottocento porterà a modificare, anche attraverso l'impianto sul suolo pubblico di strutture fisse come bacheche e baracconi, la complessiva immagine urbana, ragione che spingerà l'amministrazione ad estendere gli strumenti normativi a questa materia; il controllo delle aree di proprietà collettiva e la volontà di far rispettare il concetto di decoro si esprimeranno quindi in norme per la correttezza grammaticale di insegne e scritte e la qualità dei manufatti come dei materiali impiegati, tuttavia raramente considerati in reale rapporto con il contesto cittadino[95]. In alcuni provvedimenti edilizi risalenti alla metà dell'Ottocento, relativi a «fabbriche, vie e passeggiate pubbliche ed opere dirette all'abbellimento della città», è possibile trovare disposizioni riguardanti l'installazione di vetrate, gioielliere e banchi di proprietà delle botteghe, non collocabili oltre la linea dei muri di facciata degli edifici, fatta eccezione per gli esercizi commerciali localizzati sotto strutture porticate, per i quali era consentito sporgessero non oltre i 60 centimetri dal filo facciata, purché mantenessero sempre liberi gli archi dei portici[96].

Il rito borghese del passeggio, analizzato in relazione alla sfera del consumo, si tradurrà non solo nella ridefinizione degli ambienti delle storiche botteghe, quanto anche nella vera

94 Andrea Job, Chiara Ronchetta, *Il rapporto del commercio con l'ambiente urbano*, in Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni ed interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001, p. 15.

95 *ibidem*, p. 16.

96 Città di Torino, *Provvedimenti edilizi: 1566-1892*, Tipografia Eredi Botta di Bruneri e Crosa, Torino, 1893, p. 105.

e propria composizione di tipi specifici all'interno della città commerciale, quali espressione di ricchezza e di progresso[97]. Tra questi le gallerie urbane o *passages*, strade coperte percorse da file di negozi[98], sorte a cavallo tra Sette e Ottocento grazie alla sapienza delle nuova tecniche costruttive e collocate in ritagli risanati del tessuto urbano spesso forti di una localizzazione strategica, che rappresentavano le vetrine commerciali per eccellenza. Riflesso delle aspirazioni della classe borghese, le gallerie offrivano una viabilità pedonale alternativa a quella tradizionale, il cui utilizzo, grazie alla copertura realizzata in ferro e vetro, era consentito anche in caso di maltempo, e furono al tempo stesso fra i primi luoghi a godere di un'illuminazione artificiale. Il modello del *passage*, rispetto ad altre tipologie commerciali che avranno meno fortuna nella penisola, tra le quali ad esempio i grandi magazzini, sarà recepito relativamente presto dall'Italia; ne sono dimostrazione i progetti di carattere monumentale della Galleria Vittorio Emanuele II a Milano e della Gallerie Umberto I di Napoli, disegnate con coperture metalliche su un impianto cruciforme dal perimetro in tradizionale struttura muraria e posizionate strategicamente all'interno del nucleo urbano. Per quanto riguarda la città di Torino l'esempio più significativo è certamente rappresentato dalla Galleria Subalpina, spazio riservato al commercio di lusso, situato in un isolato storico estremamente stratificato, di collegamento tra due luoghi estremamente centrali: piazza Castello, fulcro amministrativo della capitale torinese, e la prossima piazza Carlo Alberto, altro luogo funzionale recentemente istituito sul sedime dei giardini di Palazzo Carignano[99]. Il progetto, redatto dall'ingegnere Pietro Carrera nel 1874 su commissione della Banca Subalpina, presenta uno spazio a più livelli, con un ampio salone luminoso della lunghezza di cin-

97 Guido Zucconi, *La città dell'Ottocento*, *cit*., p. 138.

98 *ibidem*.

99 Antonio Costantino, Maria Luisa Laureati, *Il commercio tra architettura e urbanistica: la galleria,* in Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati (a cura di), *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione,* Allemandi, Torino, 1984, p. 30.

La Galleria dell'Industria Subalpina in Torino

Q. Cenni, incisione stampata, 1884

(da: Torino e l'Esposizione Italiana del 1884, 1884, p. 56)

quanta metri, il piano superiore riservato ad uso uffici e quello interrato preposto all'uso di birreria, coperto da una struttura metallica piuttosto semplice realizzata con elementi ripetuti ed accessibile da due ingressi sfalsati l'uno rispetto all'altro. Attualmente ricostruita in seguito agli ingenti danni subiti in seguito ai bombardamenti della seconda guerra mondiale, la galleria si poneva come un perfetto riflesso del gusto ottocentesco di matrice borghese, con un apparato decorativo di stampo eclettico caratterizzato dalla rielaborazione di elementi in stile barocco e rinascimentale.

CAPITOLO 3

il *vermouth di Torino:* nascita e diffusione.

LA NASCITA DEL VERMOUTH
Il vermouth di Torino: nascita e diffusione
3.1

Approfondita la situazione economica, politica e societaria venutasi a creare nella Torino ottocentesca, con la prossimità della Francia, l'influenza dei suoi modelli commerciali, l'aggiornamento delle vie di comunicazione e lo sviluppo ferroviario, insieme alla crescente predominanza della società borghese, si ottiene una panoramica delle condizioni che hanno portato il vermouth ad essere uno dei simboli di questo periodo storico. Abbiamo visto come, nella capitale sabauda, grazie alla costituzione dell'Università degli acquavitari, confettieri e liquoristi avvenuta già nel 1737, si vantasse una tradizione di professionisti qualificati in campo liquoristico, le cui preparazioni erano severamente regolamentate e le competenze certificate, sebbene nei secoli precedenti la produzione di distillati fosse già presente e diffusa tra le professioni piemontesi, come dimostrano alcuni documenti risalenti al Cinquecento[100]. Grazie all'annessione di Genova al Regno di Sardegna nel 1815, una città dal carattere mercantile e borghese allo stesso tempo, prolungamento naturale della capitale sabauda sul mare, Torino rafforzò il suo ruolo nevralgico e di mediazione, tramite l'accentramento di una serie di traffici, tra i quali quello delle spezie; insieme a queste, il moscato, varietà di vite di origine locale di cui si andrà ad accrescere la coltivazione in virtù della capacità di fornire un prodotto dolce ed aromatico di un certo successo, costituirà la materia fondamentale per la produzione del rinomato vino liquoroso. La bevanda oggi conosciuta sotto il nome di vermouth, celebrata nella manualistica a partire dal XIX secolo, nacque proprio a Torino sul finire del Settecento, stimolando, negli anni a venire, un notevole impulso per il commercio e

100 Fulvio Piccinino, *Il vermouth di Torino,* Graphot, Torino, 2018, p. 37. Piccinino riporta alcuni esempi, come un certificato di matrimonio del 1568, appartenente ad Antonio Cinzano, identificato alla voce professione come «produttore di elisir», mentre cita un provvedimento legislativo, emanato nel 1583 da Carlo Emanuele I di Savoia, rivolto ai produttori di distillati.

l'industria sabaude; tuttavia, questo prodotto dell'eccellenza torinese ottenuto dall'infusione di erbe e spezie, può gloriarsi di antenati tutt'altro che recenti, seppur più semplici a livello aromatico. Già a partire dall'Antica Grecia e così nella tradizione romana sono presenti testimonianze dell'aggiunta di petali, fragranze e miele ai vini, con l'obiettivo di migliorarne i profumi e recuperarne i difetti scaturiti durante la fermentazione, ma per risalire all'assenzio usato come aroma bisogna far riferimento a prodotti originariamente sviluppati a scopo digestivo, frutto di studi medici e di botanica[101]. È interessante constatare come, nonostante i risultati fossero certamente molto lontani dal liquore nato nell'Ottocento, alcuni dei procedimenti di aromatizzazione del vino citati nel passato non differiscano troppo dalla produzione più recente: ad esempio, Teofrasto, filosofo e botanico greco vissuto tra il 371 ed il 287 a. C., riporta tra i metodi produttivi la macerazione delle piante in fase di preparazione o l'aggiunta di un profumo al prodotto finito[102], entrambi sorprendentemente vicini ai procedimenti successivi. Fu poi il Medioevo ad offrire alcuni tra gli strumenti fondamentali per migliorare la qualità generale delle bevande alcoliche e giungere ad una più complessa produzione dei vini all'assenzio, che, grazie alla maggiore disponibilità di piante e spezie accessibili tramite una rete di commerci più ampia, come cannella, china e chiodi di garofano, e la comparsa delle tecniche di distillazione, utili per un'efficace estrazione dei principi attivi di radici e cortecce, si arricchirono avvicinandosi sempre di più alla produzione del vermouth contemporaneo[103]. Con ricette tramandate oralmente o trascritte in raccolte dedicate alla preparazione di elisir e medicamenti per il trattamento di malanni, conosciute nel Cinquecento con il nome di *secreti*, si giunge, nel XVIII secolo, alla fabbricazione toscana, con un prodotto confezionato

101 *ibidem*, p. 16.

102 *ibidem*, p. 18.

103 *ibidem*, p. 22.

principalmente a base di vino bianco e genziana, non filtrato e dedicato all'uso medicinale, che sarà classificato nella manualistica successiva come imparagonabile alla bevanda torinese. Il vermouth all'uso di Torino, prodotto voluttuario decisamente più ricercato, fu elaborato intorno al 1786 da Antonio Benedetto Carpano, conoscitore di agronomia e scienze naturali e garzone della liquoreria e pasticceria Marendazzo, localizzata sotto i portici della Fiera, al numero 18 di piazza Castello[104], zona dove si narra operassero all'epoca i migliori alchimisti[105]. Solito a preparare bagne alcoliche per le produzioni dolciarie, da una formula composta con moscato bianco di Canelli fortificato con alcol ed un'aggiunta di zucchero raffinato, amaricata con diverse sostanze aromatiche, tra cui la principale, l'assenzio, dalla cui denominazione in lingua tedesca (*wermuth*) il liquore deriva con tutta probabilità il proprio nome, Carpano ottenne una bevanda dolce-amara che, filtrata e resa adatta alle esigenze di una clientela di un certo livello, fu messa in vendita nella bottega[106]. Conclusione di secoli di sperimentazioni in materia di vini aromatizzati legati alla farmacopea, il prodotto nato dalla ricerca di Carpano risultò vincente grazie ad una eccellente qualità delle materie prime disponibili all'interno della liquoreria di piazza Castello. In posizione strategica vicino ai centri del potere sabaudo e nei pressi di numerosi caffè, noti luoghi di ritrovo della borghesia torinese, la liquoreria Marendazzo, cui la famiglia Carpano rimarrà lungamente legata per la vendita al dettaglio del vermouth, consolidò il proprio nome grazie alla creazione del garzone e si trasformò in un vero e proprio simbolo di Torino. Meta di appuntamenti, luogo di confronto, ritrovo di politici e borghesi, il locale divenne proprietà della famiglia Carpano e dovette rispondere ad una consistente affluenza di clienti, mantenendo tuttavia la sua originaria mo-

104 Luca Piovano, *Gli anni d'oro del Vermuth fra Lingotto e piazza Castello*, in *Torino storia: luoghi, immagini, protagonisti, n. 2*, Riccadonna, Torino, 2015.

105 Fulvio Piccinino, *Il vermouth di Torino, cit.*, p. 38.

106 voce *Carpano Antonio Benedetto*, in Dizionario Biografico degli Italiani, volume 20, Treccani, 1977.

La bottega Carpano a Torino

Felice Vellan, olio su tela, 1942

(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:La_boutique_de_Carpano_à_Turin.jpg)

destia di spaccio di vini e liquori, con un buio retrobottega, le pareti rivestite in legno di aspetto «provinciale», tavoli e sedie essenziali, somiglianti a quelli di un'osteria, sparsi tra una moltitudine di damigiane e bottiglie allineate sugli scaffali, immerse «in quell'atmosfera tiepida e dolce, profumata di vermouth e di aromi d'erbe», fino alla chiusura nel 1916, tristemente sentita dall'intera cittadinanza torinese[107].

[107] Giovanni Corvetto, *La serrata di Carpano: un secolare ritrovo che scompare*, in La Stampa, 18 Gennaio 1916, Torino.

LA PRODUZIONE: MATERIE, METODI E STRUMENTAZIONI 3.2

Il vermouth di Torino: nascita e diffusione

Il pregio delle materie prime, fattore che abbiamo visto fu determinante per il successo del prodotto confezionato da Carpano, venne riportato, nella manualistica ottocentesca dedicata all'arte del liquorista, come il requisito base per la fabbricazione di un vermouth di qualità, assieme ad un corretto rispetto delle tempistiche per la lavorazione e l'ottenimento del prodotto finito. Alla selezione di un buon vino ed eccellenti piante aromatiche corrispondevano differenti ricette, riconducibili, solamente per quanto riportato nei testi scritti, ad una trentina di miscele diverse, alle quali si associavano successivamente almeno un paio di metodi produttivi distinti; la scelta tra i numerosi aromi disponibili per realizzare la bevanda risultava non banale e fondamentale per la riuscita di un prodotto bilanciato, tanto che, alcune antiche liquorerie, suddividevano la lavorazione del vermouth su più persone, di modo che la formula esatta fosse conosciuta soltanto al titolare e rimanesse pertanto gelosamente custodita[108]. Le proprietà di cortecce, radici, foglie, bacche e petali di fiori dovevano essere ben note ai produttori, i quali determinandone il dosaggio ed il metodo di infusione andavano a caratterizzare il sapore e l'intensità complessiva del-

[108] B. Saladini di Rovetino, *Carpano: 1786*, SET, Torino, 1946

la bevanda; a maggiorana, timo e tanaceto, piante autoctone e pertanto generalmente usate nelle preparazioni, si aggiunsero, grazie ai commerci, coriandolo, fiori di sambuco, noce moscata, anice stellato e vaniglia, per citarne solo alcune[109]. Le ricette elaborate variavano poi in base al differente impiego di alcune componenti imprescindibili e pertanto comuni alle diverse produzioni di vermouth, tra le quali certamente il vino bianco, originariamente utilizzato per lo scarso successo all'interno del mercato piemontese dominato dalla lavorazione dei vitigni rossi più pregiati, cui i filari di bianco, coltivati nelle vallate esposte più sfavorevolmente e dunque più umide, fungevano spesso da protezione. Al moscato, scelto per una concentrazione di zuccheri elevata che consentiva di fare economia sulla successiva dolcificazione del prodotto, si affiancarono altri bianchi, sia piemontesi, come l'erbaluce, che pugliesi, siciliani, utili, grazie alla loro struttura, ad un minor utilizzo di alcol durante la fase di fortificazione, e sardi, di minor qualità e pertanto fonte di risparmio. Assieme al vino, elementi base erano lo zucchero, prodotto estremamente dolce presente in percentuale variabile ad equilibrare e sostenere l'importanza delle sostanze aromatiche, il caramello, adoperato principalmente per le proprietà coloranti, e l'alcol, anch'esso impiegato in dosi diverse e utile a fortificare le miscele per ottenere un'efficace estrazione dei principi amaricanti dalle spezie scelte.

Le ricette incluse nelle raccolte ad uso domestico non si discostavano troppo da quelle di matrice industriale, per quanto concerne i passaggi e le lavorazioni, ma si differenziavano per una maggiore semplicità nella composizione della formula, con droghe ed erbe locali sostituite a piante esotiche certamente più rare. L'assenzio, ad esempio, era facilmente reperibile negli ambienti di campagna grazie ad una propensione alla crescita

109 Fulvio Piccinino, *Il vermouth di Torino, cit.*, p. 78.

senza particolari cure ed in presenza di terreni poveri, tanto che il suo utilizzo nella preparazione familiare del vermouth, accompagnato da pochi altri aromi presenti nella coltivazioni di campi e orti, era ampiamente conosciuto; l'insieme ottenuto veniva infuso lentamente in misture di vino bianco ed alcol, che, sistemate in botti di grandi dimensioni collocate al di sotto di tettoie, grazie al freddo dei periodi invernali, risultavano, alla fine del processo, stabilizzate e prive di impurità[110]. Il processo di infusione, consistente nell'inserimento e successiva permanenza delle spezie per un tempo variabile e controllato all'interno della miscela alcolica, in maniera libera o all'interno di filtri di carta o stoffa, con il fine di consentire la liberazione degli aromi, poteva avvenire per digestione, ossia a caldo, o per macerazione, a freddo, procedimenti ai quali venivano associati, oltre a differenti temperature, anche diversi passaggi e gradazioni alcoliche delle misture. Nel primo caso si procedeva a scaldare l'alcol per diminuirne il grado alcolico e rallentare l'estrazione dei principi aromatici, che risultava tuttavia generalmente più veloce, consentendo una maggiore produzione a costi più contenuti. Per quanto riguarda la macerazione, invece, si inserivano le droghe in sospensione nella massa alcolica, tramite un foro nella botte, dove si lasciavano per tempi variabili tra i 20 ed i 60 giorni, al seguito dei quali, dopo numerosi assaggi rivolti a controllare la gradevolezza della bevanda, si estraevano per procedere allo *svinamento*[111]. Erano comuni le lavorazioni con infusioni separate, adeguate al diverso grado di aromaticità delle piante, utili a creare tre o quattro preparazioni o *tinture* distinte da miscelare successivamente, come anche le macerazioni progressive, finalizzate ad accentuare determinate note, come quelle amare dell'assenzio, aggiunte per ultime in quanto più decise. Le operazioni finali prevedevano un perfe-

110 *ibidem*, p. 88.

111 Giulio Mussi Gallarati, *Processo ed istruzioni pratiche introno alla formazione dei vini da tino*, Giovanni Silvestri, Milano, 1834, p. 175.

zionamento del prodotto tramite il filtraggio e la chiarificazione eseguita con aggiunta di colla di pesce, mirate ad ottenere un liquido limpido e lucido, caratteristiche fondamentali per la valutazione di un buon vermouth che, una volta dolcificato, veniva travasato nelle bottiglie, pronto ad un consumo immediato. Come accadeva infatti per svariate tipologie commerciali, così anche la liquoreria ottocentesca era spesso luogo di lavorazione e, allo stesso tempo, luogo di vendita e consumo del prodotto, insieme di un complesso di funzioni che si svolgevano al suo interno e andavano a determinare la qualità della produzione ed il conseguente successo della bottega. In ragione della presenza del compartimento produttivo le liquorerie necessitavano dunque di una serie di attrezzature indispensabili all'esercizio della professione, collocate nel locale del laboratorio, sul quale ci soffermeremo nel capitolo successivo. Per i piccoli produttori l'apparecchiatura fondamentale per la lavorazione del solo vermouth poteva in realtà ridursi ad alcuni recipienti di adeguata capacità, in forma di damigiana o botte, all'interno dei quali eseguire le infusioni di cui abbiamo precedentemente parlato, alcuni filtri di materiale poroso a grana più o meno fine, come il cartone o la tela, da utilizzarsi sostenuti da strutture ad imbuto, in vetro o materiale metallico, ed un torchio per la spremitura ed il recupero della soluzione alcolica trattenuta con la filtrazione[112]. Di completamento a queste strumentazioni ed utili per il confezionamento di ulteriori preparazioni liquoristiche si aggiungevano alambicchi e fornelli per la concentrazioni di sciroppi, bacinelle per le miscele, mortai e macinatori, bilance sensibili per il dosaggio di droghe ed essenze, recipienti graduati, pipette in vetro e utensili vari, come mestoli, spatole e schiumarole[113].

112 Saverio Vanni, *La fabbricazione familiare, artigiana ed industriale dei liquori e sciroppi*, G. Lavagnolo, Torino, 1930, p. 74.

113 Arturo Castoldi, *Il liquorista: duemila ricette e procedimenti pratici,* Hoepli, Milano, 1921, p. 13.

Il successo del vino liquoroso elaborato da Carpano stimolerà la nascita di una tradizione di produttori di vermouth che, in gran numero proprio nella capitale sabauda, avvieranno il loro mestiere all'interno di piccole botteghe dedicate alla rivendita di liquori e vini, spesso collocate nel centro storico, in affaccio su luoghi popolati, al riparo dei portici o sui lati delle vie frequentate grazie all'abitudine del passeggio, potendo così attrarre la clientela per un momento di sosta e convivialità. La localizzazione degli esercizi commerciali di liquoristi e vermouthieri seguì infatti, almeno per la prima metà del XIX secolo, il sistema organizzativo adottato a partire dagli ultimi anni del Settecento, con la maggior parte delle attività commerciali distribuite all'interno della «città quadrata», incentivate dagli efficaci provvedimenti di ristrutturazione ed allineamento inizio settecenteschi delle contrade di Porta Palazzo e Doragrossa e di via Palazzo di Città[114], su cui ci siamo soffermati nei capitoli precedenti. Questo fu possibile dal momento che, secondo quanto riportato anche dalla manualistica ottocentesca ad uso di distillatori e liquoristi, le esigenze basilari necessarie ai locali per la pratica della professione non erano complessivamente troppo limitanti. Suggerimento comune era che il laboratorio per le preparazioni di liquori e distillati fosse il più possibile isolato dagli edifici circostanti, in modo da evitare il propagarsi delle fiamme[115], direttiva certamente poco applicabile per gli stabili raggruppati in isolati del centro torinese. Gli ambienti, ben pavimentati, dovevano poi essere situati al piano terreno, di modo che, trovandovisi allo stesso livello, fossero opportunamente comunicanti con la strada o una corte e per-

114 Vilma Fasoli, *Organizzazione e funzioni commerciali nella città tra Otto e Novecento*, in Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni e interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001, p. 27.

115 Vincenzo Agnoletti, *Manuale del credenziere, confettiere e liquorista di raffinato gusto moderno*, Angelo Ajani, Roma, 1831, p. 67.

tanto facilmente accessibili, mentre si raccomandava fossero, se possibile, alti tanto da poter essere ben illuminati e areati, in modo da poter gestire e limitare i danni in caso di un accidentale incendio[116]. Requisito fondamentale, necessario sia per domare il divampare del fuoco che per raffreddare apparecchi ed alambicchi utili alla distillazione, oltre che per ripulire i vari utensili e le superfici dei locali legati alla produzione di sostanze commestibili e pertanto necessari di un certo livello di igiene, la costante disponibilità di una buona quantità di acqua; si suggeriva la prossimità a ruscelli o fontane e la collocazione ad un livello ad essi inferiore, di modo da poter condurre l'acqua agli stabili mediante tubi sotterranei, o, più facilmente, la vicinanza ad un pozzo. In questo caso era conveniente fornirsi di un bacino o un serbatoio, sufficientemente capienti da poterne evitare il continuo riempimento, sempre muniti di adeguati sistemi di tubazioni, capaci di raccogliere l'acqua di temperatura inferiore, utile al raffreddamento, sul fondo della raccolta, e rubinetti[117]. La gestione e la distribuzione delle risorse idriche, connessa alla necessità di acqua ad uso degli esercizi commerciali collocati nel centro urbano, sarà uno dei grandi temi che caratterizzeranno la città ottocentesca, con reti, canalizzazioni sotterranee e bacini volti a fornire un servizio diffuso ed equilibrare, allo stesso tempo, il rapporto tra utenza e risorse disponibili. I progetti delle reti del sottosuolo coinvolgeranno grandi agglomerati come centri urbani di media e piccola grandezza, in un programma coordinato dalla mano pubblica, a cui si uniranno i servizi di distribuzione di gas, energia elettrica e la rete dei trasporti[118]. Testimonianza di questi aggiornamenti un provvedimento edilizio della città di Torino, risalente all'anno 1842, con tema i pozzi di acqua potabile, la cui presenza e disponibilità si dichiara obbligatoria in tutti gli stabili, a carico del

116 Pietro Valsecchi, *Nuovo ed unico manuale completo del distillatore-liquorista*, Libreria di Francesco Sanvito, Milano, 1857, p. 120.

117 Lenormand, Payen, Molard Jeune [et al.], voce *Distillatore*, in *Nuovo Dizionario Universale Tecnologico di Arti e Mestieri e della Economia industriale e commerciante, tomo V,* Giuseppe Antonelli editore, Venezia, 1832.

118 Guido Zucconi,*La città dell'Ottocento, cit.*, p. 72.

proprietario e per tutti gli inquilini, con dotazione di opportune chiusure, carrucole e pompe per attingere l'acqua[119], facilitando dunque l'attività di liquorerie e vermoutherie e, pertanto, la loro apertura. Indice della diffusione di questi luoghi legati al *loisir* borghese sono le guide commerciali ed amministrative Marzorati, edite nel periodo compreso tra il 1823 ed il 1921, dedicate ad un censimento delle attività di tipo commerciale ed artigiano presenti a Torino e, di conseguenza, segni dell'espansione o del calo dei differenti settori merceologici, via via sempre più specializzati, presenti in città. I punti vendita, divisi per categorie, riportano il nominativo del proprietario o il nome dell'azienda ad esso attribuita, accompagnati dall'indirizzo riferito alla precisa ubicazione dell'attività commerciale, dati che aiutano dunque non solo a comprendere il successo di un determinato settore, ma anche le cessioni ed i cambi di localizzazione delle botteghe, così come la nascita di nuove concentrazioni di punti vendita in aree di espansione della città o in corrispondenza di nuovi poli attrattivi. La costruzione della stazione di Porta Nuova, ad esempio, iniziata nel 1861 sotto la direzione dell'ingegner Alessandro Mazzucchetti, costituì un nuovo cardine per i collegamenti tra Torino ed il resto della penisola e contribuì a creare una nuova centralità che, in rapporto con lo storico fulcro di piazza Castello, concorse a consacrare l'importanza di via Roma e a diffondere il fenomeno commerciale in zone come via Lagrange, via Mazzini, corso Vittorio Emanuele II e via Nizza[120]. Se nella prima guida Marzorati risalente al 1823 sono presenti appena dieci esercizi commerciali all'interno della categoria «Distillatori-Liquoristi», tra i quali la storica bottega di Marendazzo Luigi in piazza Castello, che non supereranno la ventina prima della metà del secolo, si registrerà, di lì in poi, un più rapido aumento del settore, con

119 Città di Torino, *Provvedimenti edilizi: 1566-1892, cit.*, p. 102.

120 Vilma Fasoli, *Organizzazione e funzioni commerciali nella città tra Otto e Novecento, cit.*, p. 28.

ben quaranta botteghe nel 1865, di cui nove concentrate nei dintorni del nuovo polo ferroviario, che, cinque anni prima, ne contava soltanto quattro, dei quali nessuno era localizzato in via Nizza. Il *trend* di crescita delle liquorerie si confermerà negli anni successivi, così come quello di proiezione verso altre zone esterne al nucleo della tradizionale «città quadrata», come si nota nel 1875, con diciannove punti vendita nei dintorni di Porta Nuova sui sessantuno totali, che proseguiranno ad estendersi fino al numero complessivo di ben oltre il centinaio sul finire del secolo[121]. Interessante evidenziare, inoltre, come il progressivo aumento delle specializzazioni merceologiche riconosciute dalle guide Marzorati porti alla distinzione, a partire dal 1878, dei «Fabbricanti di Vermouth» dai «Distillatori-Liquoristi», sebbene sia consueto ritrovare i nominativi ed indirizzi dei primi inseriti ugualmente nella seconda categoria, in quanto probabili eccellenti produttori del rinomato vino liquoroso comunque dedicati anche alla fabbricazione di altri tipi di liquori e loro rivendita[103]. Come riporta infatti Carlo Anfosso in uno dei molteplici testi dedicati a Torino:

121 *Guida di Torino*, Marzorati-Paravia, Torino, anni 1823-1900.

«in Piemonte dal primo liquorista al più modesto droghiere di provincia, tutti i venditori fabbricano questo vino medicato [...]»

aggiungendo poi che

«Solamente le grandi fabbriche lavorano per l'esportazione, esportazione che è una fra le più importanti della città e del Piemonte [...]. La produzione del vermouth di Torino ha raggiunto un alto grado di perfezione in alcune fabbriche, il cui nome è conosciuto universalmente, da cui ogni anno partono enormi carichi di questa bibita in bottiglie ed in barili[122]».

122 Carlo Anfosso, *Torino industriale*, in *Torino: 1880*, Roux e Favale, Torino, 1880, p. 801.

Difatti, una volta consolidato il proprio nome e successo, molti tra i vermouthieri più illustri amplieranno la propria produzione, trasferendo le attività in zone più periferiche o esterne alla città di Torino, sfruttando una maggiore vicinanza alle materie prime o a importanti snodi ferroviari legati al commercio[123]. Questo il cammino che seguirà la stessa azienda «Fabbrica Vermouth & Liquori» di proprietà della famiglia Carpano che, nonostante sceglierà di operare una produzione di qualità, in quantitativi minori rispetto ad altri grandi nomi che si affermeranno nel settore, affiancherà, a partire dalla metà dell'Ottocento, alla storica bottega di piazza Castello, due stabilimenti esterni alla cinta daziaria torinese, rispettivamente in Barriera di Nizza e a Carmagnola. La prima delle due fabbriche, che con i suoi 5000 metri quadrati si trasformerà nei primi del Novecento nella sede di produzione principale dell'azienda, si collocava in posizione favorevole in relazione alla rete di collegamento ferroviario passante a sud di Torino, in un'area principio di un quartiere industriale che andrà ad ospitare, alle soglie del nuovo secolo, il complesso del Lingotto di proprietà della Fiat. Tra gli altri nomi che hanno fatto la storia del vermouth la famiglia Cinzano che, con una lunga dinastia di mastri distillatori compresi tra i nomi più influenti dell'Università di acquavitari, confettieri e liquoristi fin dalla sua fondazione[124], inizierà la propria attività in un laboratorio sulla collina torinese di Pecetto, coltivata a vigna fino ai limiti della capitale torinese, e si sposterà, a partire dal 1816, nel centro di Torino. Con una bottega in via Doragrossa, arteria centrale sede, come abbiamo precedentemente visto, dei più svariati commerci ed opifici, i Cinzano faranno fortuna, accompagnando alla distillazione la produzione del richiestissimo vermouth, che diventerà uno dei prodotti principali dell'azienda, trasferita successivamente a

123 Fulvio Piccinino, *Il vermouth di Torino*, *cit.*, p. 103.

124 Ernesto Caballo, *Storia della Cinzano, distillatori confettieri vermuttieri, 1757-1957*, Tipografia Frassinelli, Torino, 1957

Santa Vittoria d'Alba. La ditta Martini & Rossi, che si contenderà con Cinzano il ruolo di leader del settore, fu fondata a metà Ottocento ed iniziò a produrre vermouth soltanto nel 1863, eppure avrà l'intuizione di renderlo un'icona tramite strategie commerciali e pubblicitarie. Tuttavia il merito per l'apprezzamento del prodotto nei paesi esteri va riconosciuto ai fratelli Cora, che, rilevata la bottega del liquorista Rovere nel centro di Torino, tentarono con successo l'esportazione del prodotto, tanto che dovettero aprire una nuova fabbrica sotto i portici di Piazza San Carlo, prima di spostarsi nel Roero, senza però raggiungere mai i livelli di fama delle due case citate in precedenza.

Prima di arrivare a parlare di grandi produzioni e stabilimenti di una certa entità ci soffermeremo, nel capitolo successivo, sulle piccole industrie nate all'interno delle botteghe torinesi, con gli spazi di cui necessitavano, le sale dedicate al consumo delle bevande e le decorazioni architettoniche dei loro interni ed esterni, come il caffè Mulassano in piazza Castello, dal nome del titolare Amilcare Mulassano, allora proprietario della prestigiosa Distilleria Sacco, che, conscio del successo del vermouth e già rivenditore dei conosciuti prodotti Carpano, decise di elaborarne una propria versione[125].

125 *ibidem*, p. 123.

CAPITOLO 4

la *bottega* del liquorista e *vermouthiere.*

Come emerso dalle osservazioni precedenti, lo spazio della bottega ottocentesca è il frutto di un'evoluzione tipologica che eredita la propria organizzazione dal modello medioevale, facendo coincidere, per buona parte dei mestieri, le azioni di vivere, produrre e vendere, limitando così gli ambienti riservati al pubblico, che costituiscono solo una parte minoritaria dei punti vendita, articolati in ragione di esigenze funzionali[126]. Sarà però proprio lo spazio pubblico a mutare e ridefinire, nel XIX secolo, il concetto di bottega che, in accordo con le abitudini e le aspirazioni della preponderante classe borghese, si trasformerà in un riflesso del progresso come della vita cittadina. Si assiste in questi anni ad un moltiplicarsi dei locali destinati al ritrovo, tra liquorerie, confetterie e caffè, con questi ultimi, nello specifico, ampiamente diffusi e celebrati nelle guide cittadine quali luoghi di socialità aperti a tutte le classi, utili a dedicarsi alla lettura e alla conversazione, più civili ed adatti alla modestia dello stile di vita moderno rispetto alle volgari e chiassose taverne[127]. Proprio al fianco dei caffè, confettieri e liquoristi, esercenti di un'arte secolare a lungo perfezionata grazie agli scambi con la Francia, in materia di metodi e tecniche produttive, e la supervisione dell'antica Università corporativa, vantano tra le botteghe più prestigiose presenti a Torino. Seppur distinti in termini di classificazione già dalle stesse guide commerciali Marzorati, gli ambienti di caffè e confetterie assieme a quelli delle pasticcerie, con i quali eseguiremo un graduale confronto nel corso del capitolo, presentano una serie di similitudini formali ed organizzative che possono aiutarci a meglio approfondire la tipologia delle liquorerie di nostro interesse.

126 Chiara Ronchetta, *Arredo interno e organizzazione del lavoro nella bottega ottocentesca*, in Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati, *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione*, Allemandi, Torino, 1984, p. 84.

127 Andrea Covino, *Torino: descrizione illustrata, cit.*, p. 29.

4.2 GLI SPAZI PER LA PRODUZIONE
La bottega del liquorista e vermouthiere

L'architettura della bottega è stata, fino alla seconda metà dell'Ottocento, periodo di graduale avvicinamento della figura dell'architetto al tema della configurazione e della qualità degli spazi commerciali, un'architettura priva di autori illustri, riflesso dei ceti dei commercianti e degli artigiani, impegnati ad allestire gli ambienti dello scambio in funzione delle attività di lavorazione e rivendita dei prodotti[128]. Nel corso del XIX secolo decoratori, stuccatori, fabbri e tappezzieri sono alcuni tra i mestieri, coordinati da professionisti qualificati solo sul finire del centennio, responsabili del disegno degli interni, il quale, attraverso una molteplicità di conoscenze tecniche e sperimentazioni, si avvicina al gusto dell'epoca e alle pretese dei cittadini, al fianco del progetto d'esterni della *devanture*, simbolo di uno *status* acquisito, destinato a ridefinire l'immagine dello scenario urbano. Il vasto repertorio di progetti esibiti in completamento alle richieste di licenza, ad oggi custodito presso l'Archivio Storico della Città di Torino all'interno della raccolta dei *Tipi e disegni*, ci consente di approfondire modelli figurativi, forme e materiali delle facciate di bottega, tra vetrine, gioielliere, bacheche ed insegne, mentre sono del tutto mancanti i progetti relativi agli ambienti interni[129]. Risultano quindi di supporto per la ricostruzione delle funzioni e dell'utilizzo di questi spazi, strettamente legati al genere di attività svolta, altri tipi di fonti, come, nel nostro caso, i manuali dedicati alla professione del liquorista ed il Dizionario di Arti e Mestieri di Lenormand, descrittivi di ambienti, necessità ed attrezzature fondamentali per il corretto svolgimento del mestiere, insieme a locali ed arredi giunti ancora ad oggi in buono stato di conservazione. Come

128 Sergio Pace, *Vetrine del progresso: modelli, repertori, immaginari per i negozi ottocenteschi, cit.*, p. 36.

129 Annalisa Dameri, *Progetti di arredi commerciali nei documenti d'archivio*, in Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni e interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001, p. 31.

abbiamo già asserito, la bottega è, ancora nell'Ottocento, luogo di preparazione e immagazzinamento delle merci prima di essere luogo di vendita e, nel caso di alcune liquorerie, consumo dei prodotti, motivo per il quale ci dedicheremo, in un primo momento, allo studio degli spazi produttivi, costituiti da tre locali principali utili alle differenti fasi di lavorazione: il laboratorio, la cantina ed il magazzino.

Il laboratorio, fulcro delle preparazioni organizzato in maniera indipendente rispetto agli spazi di vendita accessori che accomunava l'attività di liquoristi, confettieri e pasticceri, doveva essere spazioso, possibilmente in senso longitudinale[130], in modo da poter lavorare comodamente e disporre di aree separate dedicate alle diverse preparazioni; i fornelli, di diverse grandezze, dovevano essere distanziati di almeno mezzo metro l'uno dall'altro e posizionati a muro al di sotto di una cappa, mentre il resto delle pareti poteva essere attrezzato con catene ed altri sostegni per appendere i diversi utensili, tavole di legno e tini, a patto che almeno un lato ed il centro del locale restassero liberi[131]. Provvisto di alambicchi, bacini, stufe e bilance, il laboratorio era certamente l'ambiente maggiormente soggetto a trasformazioni, anche in ragione delle normative e requisiti di igiene: l'ordine e la pulizia erano attributi fondamentali, la cui mancanza avrebbe determinato un rapido fallimento dell'attività, ed erano pertanto richiamati in tutti i manuali. Interessante in questo senso la frequente menzione di una sorta di canale scavato nella pavimentazione al centro del laboratorio e provvisto di un bacino in pietra, che, percorrendo la stanza per tutta la lunghezza, svolgeva una duplice funzione, utile sia allo scorrimento delle acque, sia alla raccolta, grazie ad una lieve inclinazione della soletta, di eventuali liquidi e bevande dispersi per la rottura di una botte o il verificarsi di altri incidenti si-

130 Lenormand, Payen, Molard Jeune [et al.], *op. cit.*, p. 233. All'interno del Dizionario di Arti e Mestieri si raccomandava una lunghezza del locale compresa tra i 40 e i 50 piedi ed una larghezza tra i 15 e i 20 piedi, pari rispettivamente a 12-15 metri e 4-6 metri.

131 Pietro Valsecchi, *Nuovo ed unico manuale completo del distillatore-liquorista, cit.*, p. 120.

mili[132]. Questo ambiente, che, come abbiamo visto nel capitolo precedente, richiedeva disponibilità di acqua ed una sufficiente altezza ed aerazione in mancanza di possibilità di isolamento dagli edifici circostanti per contenere i danni in caso di incendio, era tuttavia spesso collocato ad un livello interrato, accessibile tramite una scala di collegamento nel retrobottega[133]. Pare infatti che, nel panorama torinese, gli spazi sotterranei delle liquorerie fossero impiegati non soltanto per l'immagazzinamento e la conservazione delle bevande, quanto talvolta già per la stessa produzione, più semplice, del vermouth, sfruttando gli *infernotti*, ambienti con volte a botte caratterizzati da un clima fresco, ricavati dagli scavi della pietra arenaria ed estesi al di sotto degli edifici e delle strade adiacenti, con superfici utili inferiori ai nove o dieci metri quadrati. Generalmente le liquorerie si avvalevano, per la produzione del vermouth, di vini già preparati, che venivano ritirati dunque al termine della fase di fermentazione e successivamente aromatizzati e corretti con alcol; diversamente si sarebbe dovuto disporre di aree accessorie, quali un cortile fornito di tettoia per il deposito dell'uva ed una tinaia per la sua successiva pigiatura, sufficientemente ampia da accogliere la quantità di vino da prodursi e fresca per assicurare una buona fermentazione, da continuarsi poi nei locali delle cantine. Queste, interrate, opportunamente areate e rinfrescate, potevano disporre di poche aperture, di cui l'ingresso, preferibilmente comunicante con l'interno dell'edificio, chiuso da due porte, posizionate rispettivamente all'inizio e alla fine della scala di accesso, in modo da mantenere una temperatura intorno ai dieci gradi centigradi ed un'umidità costante, costituendo inoltre un ambiente privo di luce, dannosa ai processi di invecchiamento dei prodotti. Con dimensioni raccomandate pari ad almeno cinque metri di profondità per una lunghezza non determinata ed un ambiente voltato per un'altezza, nel punto massimo, di tre metri e mezzo, questi spazi, preferibilmente esposti a nord o ad est, dovevano essere sufficientemente lontani da luoghi fonti di rumori e vibrazioni forti e pertanto nocive, come la strada[134]. Le cantine erano spesso presenti e riservate, almeno fino a fine Ottocento, più che all'invecchiamento delle preparazioni, specialmente del vermouth che non necessitava di temperature particolarmente basse grazie al suo grado alcolico piuttosto elevato, al deposito dei vini acquistati o alla conservazione dei prodotti finiti. Certamente più adatto a quest'ultima fase, precedente la vendita, il magazzino, che era da preferirsi collocato, per questioni di praticità, al medesimo livello del laboratorio, dal quale riprendeva alcune caratteristiche, come la pavimentazione e l'ambiente voltato, sebbene il piano di calpestio fosse spesso rivestito con tavole in legno per allontanare il più possibile l'umidità[135]. Corredato di strutture stabili in legno o muratura tali da potervi posizionare le botti, disposte in modo da poterle ispezionare su tutta superficie, così come di ripiani e mensole per ordinare damigiane, vasi ed altri recipienti, doveva essere, come la cantina, al riparo da suoni forti e movimenti oscillatori, dannosi per la limpidità dei liquori, ed il più possibile riparato dal fuoco, che sarebbe stato facilmente alimentato dall'alto quantitativo alcolico conservato al suo interno[136]. Infine, come per lo spazio del laboratorio, si suggeriva la realizzazione del medesimo sistema pavimentato con punto di raccolta per gli eventuali liquidi dispersi, sia per i locali delle cantine che per quelli del magazzino.

Nel periodo di passaggio tra Otto e Novecento, quando le liquorerie si trasformeranno principalmente in locali dedicati alla sola degustazione delle bevande, prodotte in sedi esterne o stabilimenti industriali extra-urbani con capacità produttive

132 *ibidem.*

133 Chiara Ronchetta, Maria Paola Ruffino, *Confettieri, pasticceri, liquoristi, panettieri*, in Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni e interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001, p. 96.

134 Giulio Mussi Gallarati, *Processo ed istruzioni pratiche introno alla formazione dei vini da tino, cit.*, p. 24.

135 Pietro Valsecchi, *Nuovo ed unico manuale completo del distillatore-liquorista, cit.*, p. 121.

136 *ibidem.*

superiori, i diversi spazi delle botteghe originariamente riservati alle attività produttive di matrice artigianale saranno riconvertiti per ampliare le aree di vendita e consumo, composte da una serie di ambienti comunicanti, mantenendo il solo spazio del magazzino utile al deposito dei prodotti[137].

137 Maria Paola Ruffino, *Le attrezzature*, in Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni e interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001, p. 65.

4.3 GLI SPAZI PER LA VENDITA ED IL CONSUMO
La bottega del liquorista e vermouthiere

Gli ambienti delle vermoutherie e liquorerie ottocentesche accessibili alla clientela, riservati alle attività di rivendita, esposizione dei prodotti e consumo delle preparazioni, presentano numerose similitudini con i locali dei caffè, sia in termini di distribuzione che in termini di arredi, in quanto entrambi derivazione dei primi spazi dedicati alla mescita comparsi a partire dalla seconda metà del Cinquecento e via via specializzatisi e differenziatisi, principalmente nel corso del XIX secolo, per il genere di prodotto offerto[138]. Una testimonianza riportata nel capitolo dedicato ai caffè presente nel testo «Torino 1880» conferma infatti la radice comune di questi luoghi, asserendo che

138 Chiara Ronchetta, *Negozi e locali storici di Torino, cit.*, p. 20.

«a Torino prima dei caffettieri c'erano gli acquavitai […] e per quante indagini abbiamo fatto, non abbiamo trovato in atti pubblici che la menzione di acquavitai, i quali servivano nelle loro botteghe anche il caffè, precisamente come ora i caffettieri servono anche rosolii ed acquavite. E nella Torino antica, nel quartiere latino, sino al 1848, si chiamò il caffettiere *acquavitàr*[139]».

139 Valentino Carrera, *I caffè*, in *Torino 1880*, Roux e Favale, Torino, 1880, p. 317.

Non solo, l'Ottocento, con la grande diffusione della tipologia del caffè in particolare, si pone come la fase ottimale per un complessivo sviluppo di questo genere di locali, ampliati nelle

dimensioni, con spazi separati a livello funzionale tra sale dedicate alla lettura, al fumo, alla conversazione e al gioco, migliorati nella pulizia e maggiormente curati nell'arredo, ispirato nel gusto alla moda borghese dei salotti. Più ricercati rispetto alle liquorerie, i caffè, accessibili a tutti gli strati della popolazione, rafforzeranno la loro dimensione pubblica di aperta sociabilità identificandosi come luoghi di comunicazione, associazione spontanea e confronto, grazie anche alla possibilità di consultazione dei numerosissimi quotidiani e periodici messi a disposizione, ed assumendo, durante il periodo risorgimentale, un significato politico[140], conquistando così il ruolo di locale pubblico per antonomasia. Mentre i caffè si aprono al cliente con la sala destinata al servizio, provvista di bancone, spesso in legno pregiato con inserti riccamente decorati e posizionato di fronte a specchi e scaffali ricolmi di bottiglie e biscotti, per poi dispiegarsi nei numerosi ambienti, con *boiseries* e pavimenti in legno o marmo, forniti con tavolini e sofà dove prendere posto per le varie consumazioni, liquorerie e vermoutherie presentano, almeno inizialmente, spazi più sobri e di dimensioni generalmente più limitate. Costituite in un primo momento da due sale, talvolta ridotte ad un unico ambiente di forma regolare, in aggiunta ai locali dedicati alle attività di lavorazione e produzione dei prodotti di cui abbiamo parlato nel paragrafo precedente e che saranno, con il passare del tempo, trasformate in nuovi spazi aperti al pubblico, le botteghe di liquoristi e vermouthieri svolgevano la medesima funzione dei caffè, ponendosi come luoghi d'incontro e celere ristoro. Come per i caffè, il primo ambiente a cui si accedeva consentiva il veloce servizio dei vari tipi di bibite disponibili, ma, seguendo l'abitudine inglese dei bar settecenteschi che prevedeva la consumazione in piedi, il banco era posizionato, per questioni di praticità, ad un'altezza

140 Umberto Levra, *Salotti, circoli, caffè*, in Umberto Levra, Rosanna Roccia (a cura di), *Milleottocentoquarantotto: Torino, l'Italia, l'Europa*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 1998, p. 108.

maggiore ed era ricoperto con una lamina di zinco[141], accompagnato da pochi posti a sedere, in un ambiente più familiare. Un graduale sviluppo di queste botteghe porterà, oltre che ad un accrescimento degli spazi, come detto spesso ricavati dai vecchi laboratori ormai in disuso, con una conseguente successione di sale sempre più vicine alla configurazione dei caffè e dedicate al consumo di confetti e pasticcini, ad una superiore ricercatezza nell'allestimento degli ambienti e nella scelta degli arredi, che verranno rinnovati e si arricchiranno a partire dal bancone, impreziosito con marmi, rilievi in bronzo e forme articolate da aggetti e rientranze, a sostenere sceniche piramidi di bicchieri[142] ed attrezzi del mestiere, riparati in armadiature nascoste. Parzialmente forniti dai medesimi artigiani chiamati ad esaudire la richiesta ad uso domestico, alcuni utensili accomunano liquoristi e pasticceri, ma anche profumieri e farmacisti, differenziandosi nella morfologia e nei dettagli solo per quanto riguarda le attrezzature esposte al pubblico e pertanto simbolo dell'attività svolta. Insieme a queste, servizi da caffè e da te, zuccheriere, vassoi e bicchieri, forgiati secondo la moda del tempo in leghe metalliche di rame e nichel, con aggiunta di zinco, costituiscono l'occorrente fondamentale per questi esercizi commerciali[143]. Le sale, con soffitti decorati da stucchi e cassettoni, presentano le tinte pastello del sabbia, l'azzurro e l'arancione, scaldate dai colori del legno e dagli inserti dorati della *boiserie*, che ospita lastre specchiate di grandi dimensioni[144], mentre le pareti sono schermate da mobili in materiale ligneo pregiato, laccato come naturale, e decorato con intarsi, e da mensole in marmo con vetrinette, ad ospitare barattoli e bottiglie di liquori e vini di diversa capienza, realizzate in vetro colorato per preservare i prodotti dai danni della luce ed identificate con etichette litografate. Tavolini e sedie aumentano in

141 Stefania Festa, Maria Paola Ruffino, *Caffè*, in Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni e interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001, p. 73.

142 *ibidem.*

143 Maria Paola Ruffino, *Le attrezzature, cit.*, p. 65.

144 Chiara Ronchetta, Maria Paola Ruffino, *Confettieri, pasticceri, liquoristi, panettieri*, *cit.*, p. 96.

numero, ornandosi di ripiani in marmo e soffici rivestimenti, adeguandosi ad un ambiente dove la maestria degli artigiani si traduce in decori con intrecci di grappoli d'uva e pampini, a richiamare la natura dell'attività del punto vendita.

In affaccio su vie di passeggio e luoghi frequentati, infine, la vetrina, serrata all'interno da chiusure vetrate incise o smerigliate, espone i prodotti posizionati sui vari ripiani, li protegge e li presenta alla potenziale clientela, invogliandola ad entrare, costituendo l'elemento di comunicazione tra gli ambienti interni e la facciata esterna; struttura composta dal serramento inserito all'interno del vano di apertura della bottega sulla strada, e pertanto parte essenziale dell'edificio, funge da arredo e schermatura, spesso accompagnato da cornici architettoniche e *devantures*[145].

145 Andrea Job, Maria Luisa Laureati, Chiara Ronchetta, *La decorazione esterna: i tipi della devanture e il loro rapporto con l'architettura*, in Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati, *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione*, Allemandi, Torino, 1984, p. 74.

L'arredo commerciale esterno della *devanture* si manifesta, insieme alla configurazione degli ambienti interni, come un'espressione della moda borghese e del gusto ottocentesco, sviluppatisi unitariamente ai nuovi usi di una città progressivamente investita dal terziario, che, innescando dinamiche concorrenziali, spinge ad una continua ricerca di originalità e distinzione, con il fine di affermare la propria attività rispetto agli esercizi commerciali adiacenti. Il tema progettuale della veste esteriore del commercio, in particolare, ridefinisce il paesaggio urbano nel suo complesso, tramite una serie di elaborati di crescente dettaglio volti a disegnarne l'immagine traducendola in successioni di arredi simbolo del prestigio di botteghe e bottegai; inizialmente riservato a punti vendita di una certa importanza,

tra i quali ritroviamo già le liquorerie, il fenomeno si estende presto anche agli esercizi commerciali minori, sfociando talvolta in un linguaggio costituito da apparati aggressivi e deturpanti l'ambiente cittadino[146]. Gli elementi sovrastrutturali della *devanture* vengono sovrapposti alle fasce basamentali degli edifici del centro, intaccando l'omogeneità pianificata di queste architetture frequentemente inadeguate alle moderne esigenze del commercio; la facciata, mascherata, si fa mero supporto, mentre serramenti, bacheche, gioielliere ed insegne ridisegnano l'aspetto dei fabbricati, dando nuova immagine e, di tanto in tanto, nuova dimensione alle aperture esistenti[147], come si può effettivamente notare, affiancando ai progetti originari di alcuni complessi presenti nei *Progetti edilizi* dell'Archivio Storico della Città di Torino, le successive rimodellazioni degli elaborati realizzati per le botteghe. La *devanture*, comparsa tra il finire del Settecento ed i primi decenni dell'Ottocento come insieme di tutte quelle componenti destinate a segnalare sulla scena urbana la presenza di un'attività commerciale, comprendente quindi elementi espositivi dei prodotti come segnaletici e strutturali, segnerà il definitivo passaggio tra la bottega di stampo medioevale, locale accessorio riservato alla produzione delle merci vendute sul suolo pubblico della strada, ed il moderno punto vendita, con fulcro nello spazio interno[148]. Prodotti di matrice artigianale, queste manifestazioni esteriori del commercio, che prendono il posto degli elementi di chiusura utilizzati in epoca medioevale, saranno opera di minusieri ed artigiani gestori di valenti industrie artistiche o degli stessi commercianti, almeno fino a fine Ottocento, quando la loro progettazione rientrerà ufficialmente nella sfera dell'architettura, con figure professionali, precedentemente coinvolte solo nel caso di committenze particolarmente facoltose, impegnate a coordinare i progetti delle

146 Andrea Job, Chiara Ronchetta, *Il rapporto del commercio con l'ambiente urbano, cit.*, p. 16.

147 Chiara Ronchetta, *Negozi e locali storici di Torino, cit.*, p. 17.

148 *ibidem.*

botteghe tra spazi interni ed esterni[149]. In relazione a diverse variabili, come la specializzazione e relativa categoria merceologica dell'esercizio commerciale, si possono individuare alcune tipologie fondamentali di *devanture*, che aiutano a comprendere meglio la qualità dei loro apparati decorativi ed il rapporto con l'architettura sottostante; per quanto riguarda vermouthieri e liquoristi non si nota però il ricorso ad un modello proprio, quanto piuttosto l'impiego di materiali e finiture legati al gusto del momento, motivo per il quale ci soffermeremo su esempi diversi, analizzati in successione temporale.

Innanzitutto, come già accennato in precedenza, la *devanture* quale sovrastruttura viene progettata per rispondere alle necessità del punto vendita moderno situato in antichi edifici non adeguati alle nuove istanze; nel caso di contrade interessate dagli interventi urbani settecenteschi, volti, come abbiamo visto nel capitolo primo, a ristrutturare il cuore medioevale della città tramite la regolarizzazione di alcuni assi viari, come quello di via Doragrossa, fu incentivata, oltre al restauro di alcuni stabili esistenti, la costruzione di nuovi immobili. Se fino a quel momento la presenza del commercio a livello di immagine architettonica risultava mimetizzata nel complesso del prospetto, nonostante la presenza delle botteghe fosse diffusa all'interno del tessuto urbano grazie ai numerosi contratti di locazione che i proprietari dei palazzi stipulavano, per logiche di reddito, con gli artigiani, ecco che la consapevolezza di un maggior mercato per le case con bottega porta a sottolineare la fascia commerciale degli edifici già in fase di progettazione. Lo stesso Benedetto Alfieri, architetto regio impegnato nella riqualificazione della «città quadrata», attraverso la proposta di un disegno urbano guidato da gerarchie funzionali, che prevedeva una configurazione unitaria di strade e piazze e facciate continue

149 Annalisa Dameri, *Progetti di arredi commerciali nei documenti d'archivio, cit.*, p. 31.

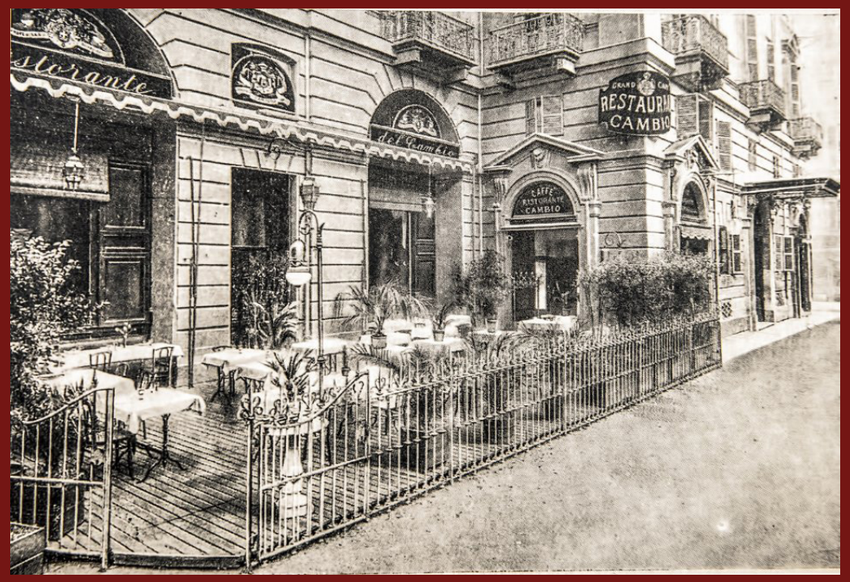
per isolati con elementi ripetuti a legare la scala architettonica con quella urbanistica[150], proporrà un modello con decori eleganti a distinguere lo zoccolo basamentale degli edifici. La possibilità di variazione dei prospetti, concessa attraverso la diversificazione degli apparati decorativi, si tradurrà in una serie di cornici architettoniche, pur sempre di semplice fattura per contenerne i costi di esecuzione, realizzate in opera in struttura muraria ed intonaco, che saranno il primo esempio di segnalazione esterna degli esercizi commerciali, incentivo ad una conseguente maggior ricercatezza anche per l'allestimento degli ambienti interni[151]. Le cornici realizzate per questi complessi caratterizzati da un disegno architettonico unitario, con una concentrazione di esempi sparsi all'interno del nucleo centrale della città torinese, si differenzieranno per elaborazioni di volta in volta più complesse e materiali più ricercati rispetto all'essenziale intonaco, come la pietra martellinata, frequente per il disegno delle fasce commerciali di edifici realizzati con gli ampliamenti urbani, con alcuni esempi in piazza Vittorio Veneto[152]. Tolte le casistiche appena analizzate era preoccupazione dei singoli bottegai rimodellare la fascia inferiore dei prospetti con apposizioni volte a sottolineare la vocazione commerciale dei locali interni, riplasmando, tramite la ricerca dell'eccezione, le architetture sottostanti ed il generale aspetto di intere scene urbane[153]. Tra i primi esempi di *devanture* ritroviamo le cornici decorate, utilizzate per segnalare ingressi ed aperture degli esercizi commerciali, tramite l'applicazione, con malte a base di calce, di lesene e trabeazioni sulla superficie muraria esterna, utili anche a consolidare gli spigoli dei varchi. Spesso realizzate in materiale lapideo, con pietre e marmi di provenienza locale, queste cornici erano sovente indicazione della tipologia e del rango dell'attività commerciale che andavano ad arricchire, tra

150 Costanza Roggero, *L'urbanistica nel secondo Settecento*, in Giuseppe Ricuperati (a cura di), *Storia di Torino V: dalla città razionale alla crisi dello Stato d'Antico Regime (1730-1798)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2002, p. 814.

151 Paola Delpiano, *L'arredo commerciale esterno: modelli, tecniche e materiali*, in Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni e interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001, p. 42.

152 *ibidem.*

153 Andrea Job, Maria Luisa Laureati, Chiara Ronchetta, *La decorazione esterna: i tipi della devanture e il loro rapporto con l'architettura, cit.*, p. 76.



Cornici architettoniche in intonaco e pietra

Ristorante del Cambio nel 1921 (in alto), Caffè Ristorante Villafranca nel 1905 (in basso)

(www.atlanteditorino.it)

frequenti liquorerie, confetterie, farmacie e macellerie, singolarmente evidenziate da apparati decorativi ricercati, con stemmi, simboli e particolari legati all'attività svolta; saranno riprese ai primi del Novecento, quando si differenzieranno maggiormente nell'uso dei materiali, impreziositi con stucchi, legno e particolari in bronzo[154]. Scaturisce dall'esigenza di dare piena risposta ai bisogni del commercio ottocentesco, necessario di ampi spazi espositivi e vistosi richiami pubblicitari, la tipologia della *devanture* a monoblocco, adattamento di un modello estero, virtuoso di riunire in un unico apparato, dal carattere mobile e sovrapponibile, insegne, laterali verticali semplici, decorati, con pannelli o gioielliere, vetrine fisse o mobili e bacheche, realizzati da artigiani e minusieri e successivamente assemblati in opera. Con un intento simile a quello delle precedenti generazioni di commercianti che adattavano lo spazio pubblico alle proprie necessità, la struttura del monoblocco plasma la facciata dell'edificio, rivedendone il disegno architettonico e talvolta le aperture che, modificate, portano al sorgere di problematiche di natura strutturale[155]. Composta da vari elementi rielaborati caso per caso, quali scomparti laterali dai profili modanati, alternati a pannellature, vetrine e serramenti a battente semplice, riuniti sotto una trabeazione con cornicione superiore di alloggiamento dell'insegna, la struttura a monoblocco è in un primo tempo realizzata, fatta eccezione per lo zoccolo inferiore in pietra, in materiale ligneo verniciato. Eccellente per la fattura di apparati di qualità dalla composizione elaborata e ricercata, il legno, declinato nelle essenze del larice, il noce, l'abete, il pioppo e più raramente il mogano ed il ciliegio[156], grazie alla produzione di sezioni e incastri di una certa precisione e solidità, la possibilità di eseguire decori in linea con il gusto eclettico e la capacità di creare una certa continuità tra allestimento interno

154 Paola Delpiano, *L'arredo commerciale esterno: modelli, tecniche e materiali, cit.*, p. 43.

155 Andrea Job, Maria Luisa Laureati, Chiara Ronchetta, *La decorazione esterna: i tipi della devanture e il loro rapporto con l'architettura, cit.*, p. 72.

156 Angelo Novaresio, Germano Tagliasacchi, *Il legno*, in Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati, *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione*, Allemandi, Torino, 1984, p. 108.

ed arredo esterno, reggerà a lungo il confronto con il ferro e la ghisa, utili alla realizzazione in serie di componenti ripetibili da assemblare, con sezioni minori, più stabili, economiche e resistenti al fuoco come agli agenti atmosferici, forti di pari dignità estetica, grazie alle possibilità decorative offerte dalla ghisa fusa[157]. Diffusa in Italia sul finire del secolo dopo anni di sperimentazioni con la realizzazione di imponenti strutture in territorio estero, la carpenteria metallica realizzata in fonderia e selezionabile a catalogo si avvicina al mondo dell'arredo commerciale andando a costituire *devanture* ricche di fregi ed elementi tridimensionali, dalla composizione più ordinata e simmetrica rispetto alle precedenti in legno, con possibilità di arretrare l'infisso d'ingresso rispetto al filo facciata, novità che permette di inserire lateralmente maggiori superfici vetrate per l'esposizione dei prodotti[158]. Con la funzione strutturale svolta dal ferro, tramite profili semplici o accoppiati impiegati come montanti e traversi, le cornici, i copriferri, i fermavetri, le mensole e gli architravi erano realizzati in ghisa e fissati ai supporti tramite viti o zanche metalliche posizionate precedentemente in fase di getto[159]. Pur rifacendosi a modelli compositivi ed apparati decorativi del monoblocco in legno, materiale spesso utilizzato per formare gli stessi stampi in negativo entro i quali colare i metalli, la *devanture* in ghisa non sarà altrettanto simbolica, tanto che verrà adottata da punti vendita di minore prestigio e si diffonderà, per la maggiore, in porzioni del tessuto urbano di inferiore densità commerciale rispetto al nucleo centrale della città[160].

La bottega del vermoutherie e liquorista, come anche quella del pasticciere e del confettiere, si rifà dunque a tutti questi modelli, optando, almeno fino a metà Ottocento, per soluzioni in legno come in marmo, con esempi più rari in ferro e ghisa,

157 Beppe Delpiano, *I materiali ferrosi*, in Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati, *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione*, Allemandi, Torino, 1984, p. 113.

158 Paola Delpiano, *L'arredo commerciale esterno: modelli, tecniche e materiali, cit.*, p. 46.

159 *ibidem*, p. 114.

160 Andrea Job, Maria Luisa Laureati, Chiara Ronchetta, *La decorazione esterna: i tipi della devanture e il loro rapporto con l'architettura, cit.*, p. 74.

generalmente diffusi nelle zone più periferiche della città. Queste si risolvono nella composizione di *devanture* non troppo articolate, per le quali è predominante la funzione segnaletica, mentre nelle gioielliere esterne vengono esposti prodotti difficilmente deperibili come le bottiglie di liquori e confetti, non necessari di estesi spazi anche in ragione del loro veloce consumo, per giungere poi, a cavallo del Novecento, alla realizzazione di strutture più elaborate e ricercate, sia nella composizione che nella scelta dei materiali, che includono marmi e legni di qualità[161].

161 Chiara Ronchetta, Maria Paola Ruffino, *Confettieri, pasticceri, liquoristi, panettieri*, *cit.*, p. 95.

4.5 LA RICERCA D'ARCHIVIO E I PROGETTI
La bottega del liquorista e vermouthiere

La vastità del materiale conservato in Archivio Storico e raccolto nella cartella *Tipi e disegni*, con una sezione appositamente dedicata, tra insegne e cornici architettoniche, alla collezione dei progetti delle *Facciate di bottega*, testimonia, oltre alla diffusione dei locali delle liquorerie e vermoutherie sul territorio urbano, l'attenzione crescente per questa tematica progettuale da parte della Municipalità, interessata a regolamentare le espressioni delle attività commerciali in difesa dell'ordine e del decoro cittadini, due concetti fortemente promossi dalla cultura ottocentesca. I progetti conservati altro non sono infatti che richieste di autorizzazione, di cui molte fra le prime ancora firmate da maestranze di artigiani, decoratori e stuccatori, traccia del mutamento di gusti, forme, modelli figurativi, tecniche ed uso di materiali, così come dell'evolversi dei dettagli del progetto, della sua impaginazione e dei suoi modi di rappresentazione, tra disegni su carta o lucido, realizzati in china o acquerello[162]. La ricerca d'archivio svolta per approfondire il tema di studio ha permesso di individuare, all'interno del fondo precedentemente citato, almeno trenta progetti inerenti il disegno della facciata esterna della sola tipologia delle liquorerie e vermoutherie, con elaborati la cui realizzazione coincide con un periodo di arricchimento stilistico e formale degli esercizi commerciali, corrispondente, in particolare, ai vent'anni compresi tra il 1863 ed il 1883. Tutti datati e generalmente firmati dalla mano dell'autore, i progetti ci consentono di risalire non solo ad un loro inquadramento temporale, ma anche ad una loro collocazione fisica all'interno del tessuto urbano; corredati della posizione dei negozi a cui facevano riferimento, individuata con l'indicazione della via ed il nome del proprietario dello stabile entro il quale andavano a situarsi, gli elaborati forniscono una serie di informazioni che ci aiutano a ricostruire una città del commercio ancora sostanzialmente legata ai tradizionali luoghi di scambio e concentrazione commerciale, tra contrade centrali della «città quadrata» e piazze anticamente dedite a funzioni mercatali. Tra i disegni rintracciati, raffiguranti comunemente la zoccolatura dell'edificio accompagnata talvolta da sezioni orizzontali e verticali sui serramenti di ingresso, nella scala dell'1:20, si è scelto di selezionare alcuni progetti, che andremo di seguito ad approfondire, distinti per qualità di rappresentazione e livello di dettaglio, esemplificativi ed utili ad analizzare la sovrastruttura di segnalazione esterna della *devanture* nella varietà di scelte relative all'uso dei materiali e all'impiego degli apparati decorativi. Uno dei primi esempi è il *Progetto per le facciate del liquorista Zino in casa Vojano*[163] del 1864, elaborato per un'attività che, censita anche dalle Guide Marzorati all'interno delle quali compare a partire dall'anno successivo, si collocava all'angolo tra via Santa Teresa e via San Francesco d'Assisi, poco lontano dagli importanti centri delle piazze Castello e

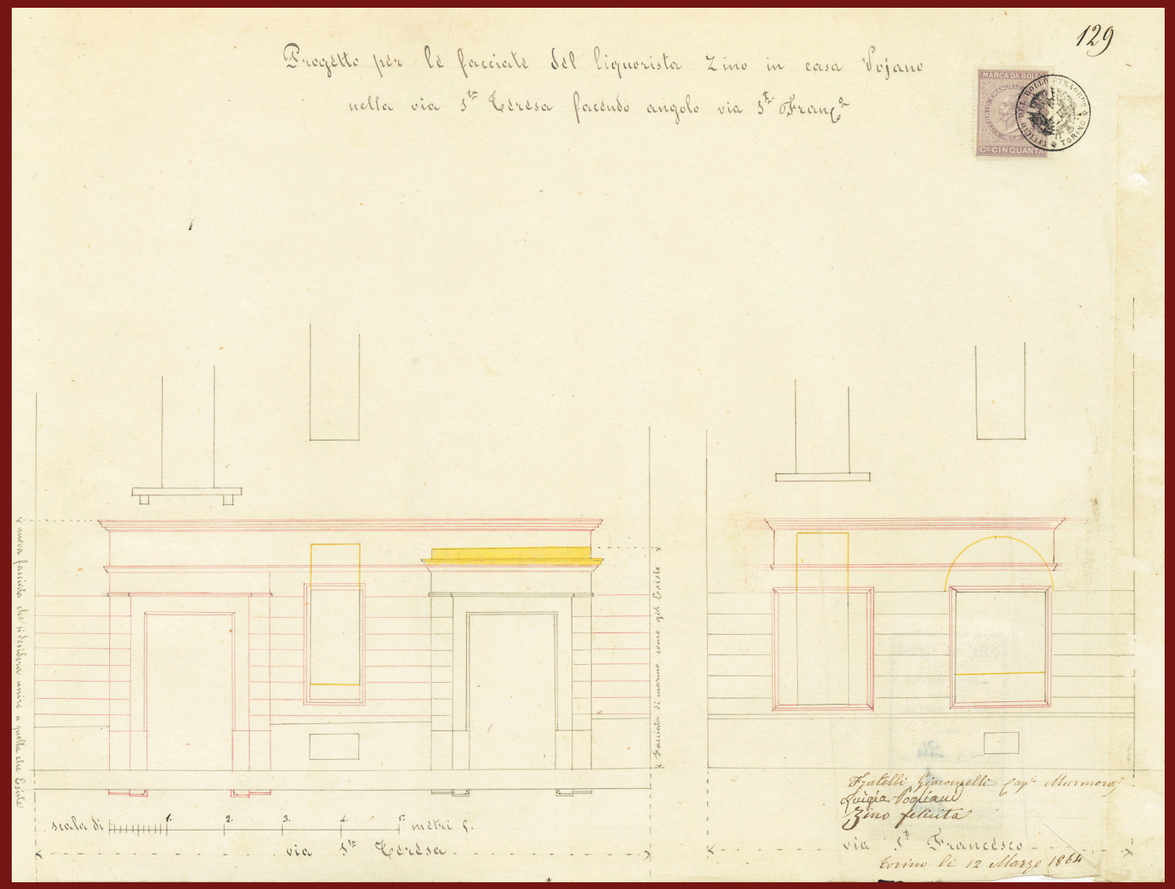
162 Annalisa Dameri, *Progetti di arredi commerciali nei documenti d'archivio*, *cit.*, p. 33.

163 ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.148.

San Carlo. Il disegno, raffigurante, per entrambi i prospetti in affaccio sulle vie sopracitate, l'esclusiva porzione di fascia basamentale dell'edificio di competenza dell'esercizio commerciale, accompagnata da un accenno delle aperture del piano primo, è firmato dai Fratelli Giacomelli *Marmoraj*, a testimonianza del fatto che non fosse affatto rara l'attribuzione di questo genere di incarichi ad imprese artigiane di livello, eccellenti nella conoscenza e lavorazione dei materiali e competenti nella stesura dei relativi interventi progettuali[164]. L'elaborato, eseguito con l'impiego di colori differenti, tra linee gialle e rosse, risulta interessante in quanto riporta la sovrapposizione di un nuovo progetto alla rappresentazione della «facciata di marmo come già esiste», traducendosi in uno schema volto a modificare i vani di apertura dell'edificio, per numero, forma e dimensione[165], pratica arbitraria e dannosa che abbiamo già commentato essere comune all'epoca. Il fronte principale del punto vendita, in affaccio su via Santa Teresa, presenta l'aggiunta di un'apertura d'ingresso gemella a quella esistente, rifinita da una cornice liscia affiancata da lesene con motivi orizzontali a sorreggere un'architrave semplice, mentre il vano finestra centrale, per il quale viene mantenuta la posizione, è ribassato e completato con alcuni elementi di rifinitura degli spigoli esterni. La porzione di facciata su via San Francesco d'Assisi presenta a sua volta una regolarizzazione delle aperture, a sostituzione delle due presenti, quadrangolare una ed ad arco la seconda, per riprendere poi un motivo decorativo ad unificare i due prospetti, caratterizzati da un basamento liscio ed un ornamento a fasce orizzontali, coronato, al di sopra dei vani di apertura, da due livelli di modanature, quasi a richiamare la fattura della fascia commerciale degli edifici con cornici in intonaco. Del 1869 è invece la *Facciata da eseguirsi nell'attuale negozio da liquori in*

164 Annalisa Dameri, *Progetti di arredi commerciali nei documenti d'archivio, cit.*, p. 31.

165 Chiara Ronchetta, *Negozi e locali storici di Torino, cit.*, p. 17.



Progetto per le facciate del liquorista Zino con modifica delle aperture esistenti
via Santa Teresa facendo angolo via San Francesco d'Assisi, Casa Vojano, 12 Marzo 1864
(ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.148)

via Lagrange 31[166], un progetto di *devanture* in marmo con dettagli in stucco, disegnato in scala 1:25 e minuziosamente colorato ad acquerello, per il quale, grazie alla precisione dei dati di localizzazione della bottega forniti di numero civico, è stato possibile risalire ad un elaborato di modifica dello stabile di appartenenza dell'attività, datato appena un paio d'anni prima. Questa pratica, contenuta all'interno del fondo dei *Progetti edilizi*, rappresenta la *Planimetria ed altimetria della casa propria delli Sig.ri coniugi Tovaglia Giuseppe e Felicita, situata in questa Città (in) via Lagrange n. 31*[167] e, dedicandosi alla progettazione di opere di restauro ed abbellimento dell'edificio, ci consente di effettuare una comparazione tra lo stile ed i caratteri architettonici adottati prima e dopo il progetto della *devanture* della liquoreria, conoscendo al tempo stesso, grazie alla presenza della pianta del piano terra, la disposizione degli ambienti interni dell'esercizio commerciale. Oltre a questa, raffigurata sulla destra, l'elaborato firmato dall'architetto Giuseppe Bianco presenta due sezioni, utili a dichiarare la volontà di sopraelevare il fabbricato di un piano, e l'affaccio principale dell'edificio su via Lagrange, tutti nella scala dell'1:100, accompagnati da alcuni dettagli di studio delle fasce marcapiano dei piani successivi, gli stipiti delle finestre ed il cornicione superiore, inseriti nella tavola in alto a sinistra. Confrontando il progetto edilizio con il disegno della *devanture* della liquoreria, comprendente due portali d'ingresso e due vani finestra loro affiancati, regolati da una simmetria centrale, risulta ragionevole ipotizzare la localizzazione dell'esercizio commerciale all'angolo sinistro dello stabile, in affaccio sulla via principale; osservando la pianta del piano terra è infatti possibile notare, dove indicato, la presenza di due ambienti comunicanti, diversamente rispetto a quanto realizzato a destra dell'ingresso alla corte interna, dove lo spa-

166 ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.250.

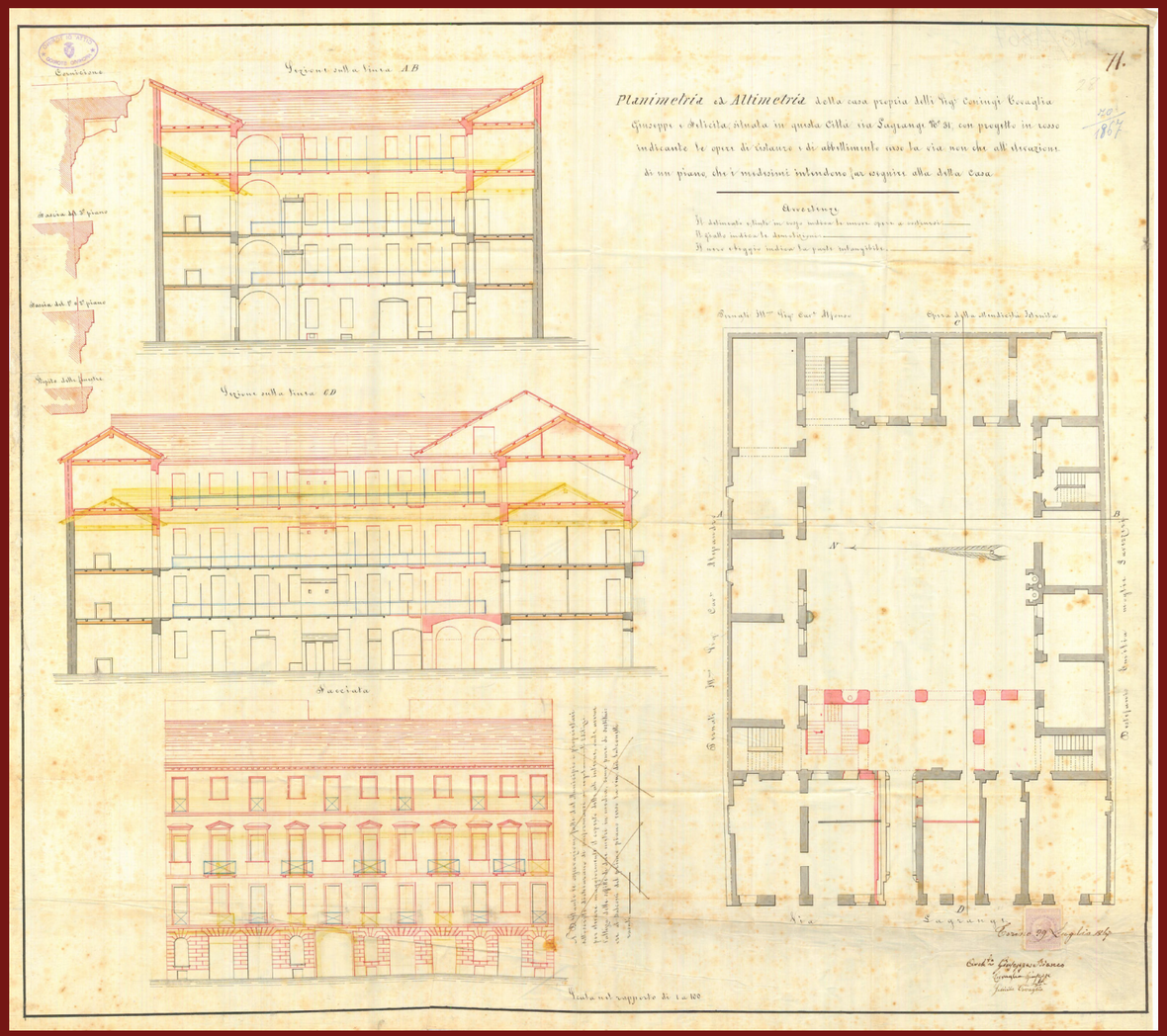
167 ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1867, pratica 70.

zio è suddiviso in tre locali differenti, con rispettivi accessi di competenza. Come abbiamo già potuto analizzare nel corso del capitolo, appunto, i locali dedicati al ritrovo ed alla convivialità si dotavano sovente di più sale, con le liquorerie e vermoutherie, generalmente più modeste rispetto ai maestosi caffè, limitate, come in questo caso, a due o tre ambienti collegati tra loro e caratterizzati dalla presenza di allestimenti più sobri[168]. Nell'ipotesi di localizzazione avanzata per il negozio da liquori di via Lagrange ciascun ingresso introduce ad un rispettivo spazio regolare, di pianta quadrangolare, comunicante sul retro con un vano scala di collegamento ai piani superiori, in un caso già esistente e costituito da due rampe, nell'altro in prevista realizzazione all'interno della corte, secondo l'aggiornamento del progetto presentato. Una delle due sale, connessa all'altra tramite due aperture nel muro portante divisorio, presenta una partizione a creare un ulteriore ambiente separato, utile, per quanto si può supporre conoscendo gli spazi necessari a questo genere di esercizi commerciali, a riporre determinate merci o confezionare alcune preparazioni. A prima vista l'esempio osservato non sembra infatti presentare spazi utilizzabili come laboratorio, non essendo neppure rappresentato un eventuale piano interrato, a conferma della crescente tendenza delle vermoutherie e liquorerie della seconda metà dell'Ottocento, sempre più frequentemente divise tra l'arte dei liquoristi e confettieri o, come in questo caso, caffettieri[169], di rifornirsi da stabilimenti esterni, non dedicandosi più alla preparazioni dei prodotti da servire ai propri clienti[170]. È poi soffermandosi sugli apparati decorativi presenti sulla facciata di via Lagrange che possono notarsi le modifiche apportate appena due anni dopo tramite il progetto di *devanture* della liquoreria, volto, come abitudine, a distinguere, dichiarandone il rango, l'attività com-

168 Stefania Festa, Maria Paola Ruffino, *Caffè, cit.*, p. 73.

169 Il progetto della devanture esterna del locale reca l'insegna di caffè e liquoreria, ASCT, *Tipi e disegni,* 94.1.250.

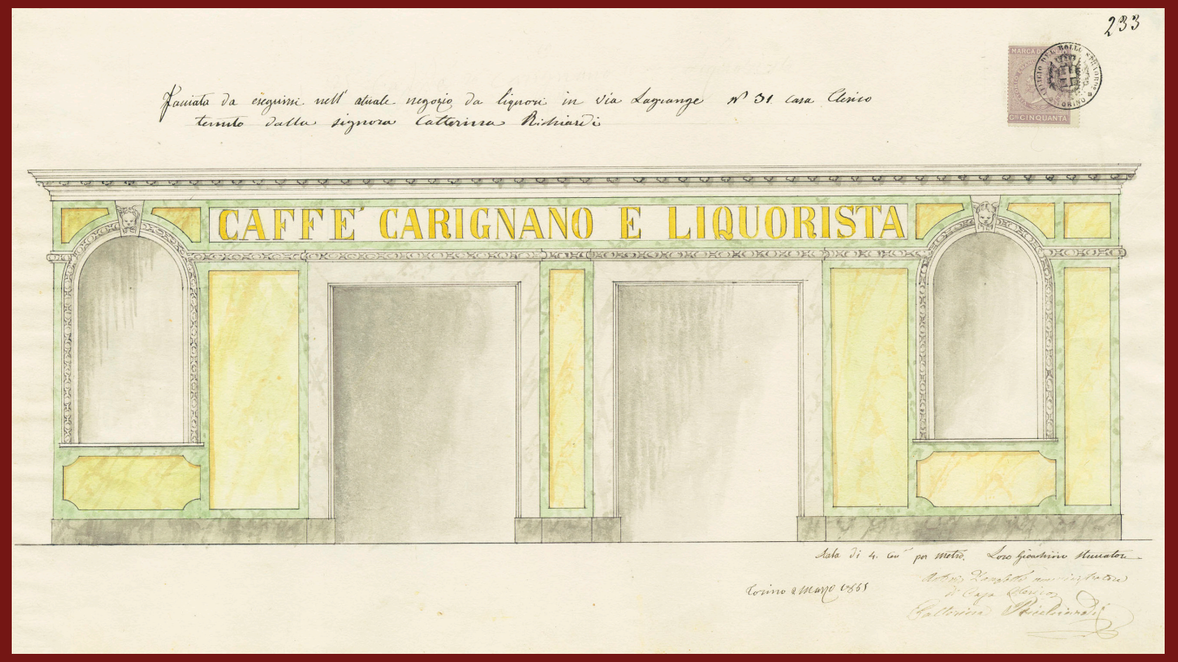
170 Maria Paola Ruffino, *Le attrezzature, cit.*, p. 65.



Progetto per le opere di restauro ed abbellimento dello stabile di proprietà dei coniugi Tovaglia

via Lagrange 31 , 29 Luglio 1867

(ASCT, *Progetti edilizi*, 1867_0070_TAV01)



Progetto per la devanture in marmo e stucco del Caffè Carignano e Liquorista

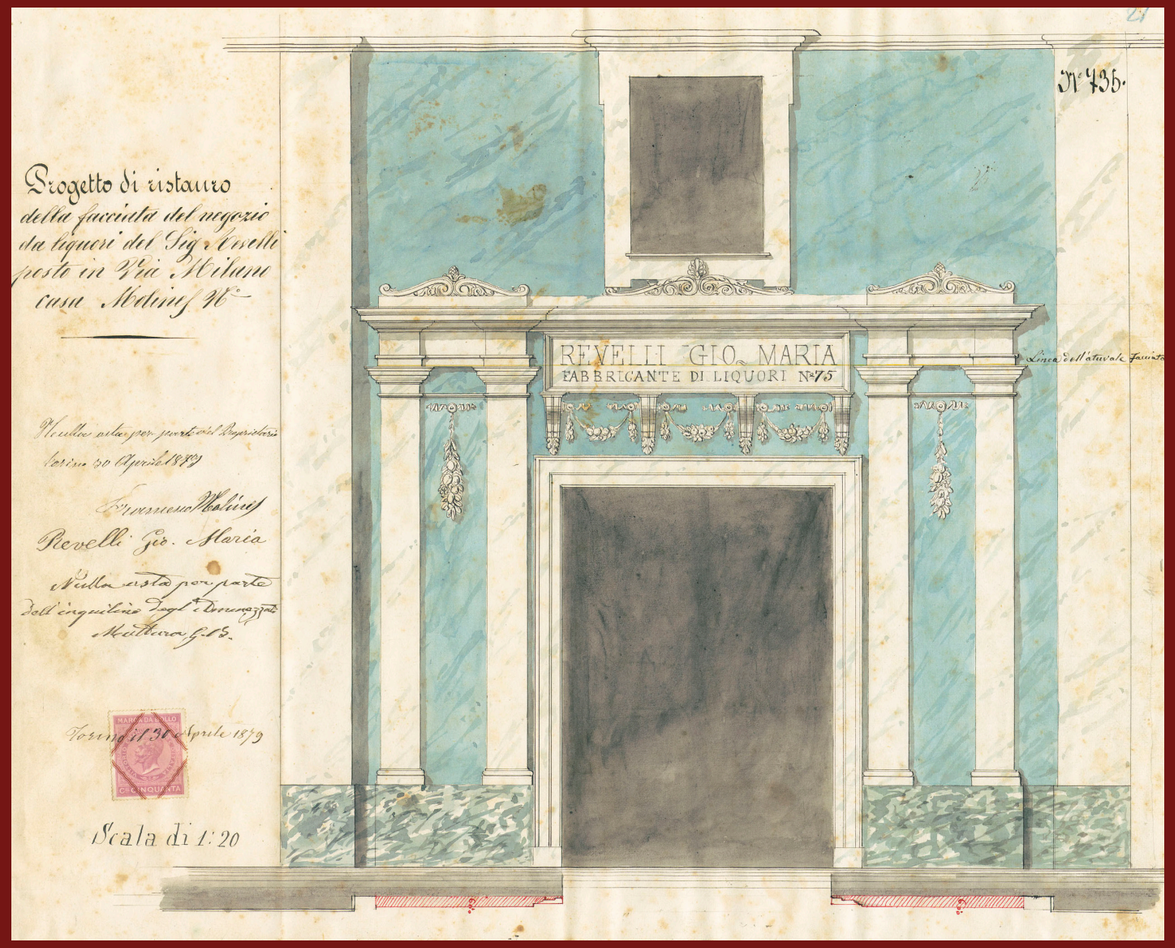
via Lagrange 31, Casa Clerico, 2 Marzo 1869

(ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.250)

merciale da quelle circostanti, rompendo l'uniformità architettonica del complesso edilizio. La pratica del 1867 presenta infatti un fronte che richiama la composizione architettonica dei palazzi rinascimentali, regolato da una scansione ritmica di finestre e balconi, con elementi disposti alternativamente per livelli successivi, ordinati da fasce marcapiano modanate ed arricchiti, al piano secondo, con timpani triangolari o spezzati, mentre la zoccolatura del pian terreno è sottolineata da un disegno che, a distaccare la fascia commerciale dell'edificio, richiama il motivo di un bugnato semplice con conci radiali in corrispondenza delle aperture, la cui realizzazione può ipotizzarsi in pietra come, più economicamente, in intonaco sagomato. Il progetto del 1869 per la facciata della bottega prevede invece, in sovrapposizione al basamento dell'edificio, un'imponente *devanture* costituita da ampie superfici in marmo verde e giallo con specchiature policrome e rifiniture in stucco, delimitata da una zoccolatura in pietra scura, inferiormente, e da un fregio modanato con un profilo decorato di richiamo floreale, superiormente. La stessa attenzione all'ornamento viene riproposta per la delimitazione inferiore dello spazio dell'insegna del *Caffè Carignano e Liquorista*, con una fascia orizzontale, appena superiore le cornici in marmo bianco dei portali, che prosegue a contornare le arcate dei vani finestra laterali, interrompendosi in una chiave di volta arricchita da figure antropomorfe. Il disegno, che non ci permette di conoscere la natura degli infissi, non rappresentati, propone una composizione complessivamente non troppo articolata che, movimentata dal chiaroscuro dei volumi arretrati, tra le superfici specchiate e le cornici dei portali, si fa celebrazione dell'attività commerciale nella scelta dei materiali lapidei, sinonimo di ricercatezza. Questi, frequentemente impiegati per la realizzazione delle facciate di esercizi commerciali di un certo prestigio, sono scelti, per quanto possiamo supporre grazie alla texture con venature simulata attraverso l'uso dell'acquerello, anche per il *Progetto di ristuauro della facciata del negozio da liquori del Sig. Revelli posto in via Milano*[171], risalente all'anno 1879; la tavola, infatti, raffigurante la porzione di facciata di *casa Molines* coinvolta nell'intervento, corredata di una semplice sezione orizzontale realizzata all'altezza della zoccolatura dell'edificio, non esplicita l'informazione, come nemmeno la firma del progettista, limitandosi, il testo scritto, ad una breve descrizione del disegno ed ai relativi *nulla osta* dei soggetti interessati dallo svolgimento dei lavori. È ancora presente, oltre alle firme dei proprietari dell'immobile e della bottega, l'approvazione dell'inquilino del piano ammezzato, essendo quest'ultimo integrato, come accadeva di frequente nel caso dei modelli francesi[172], nel progetto della nuova soluzione, che, annettendo alla composizione il vano finestra superiore, prevede un'estensione della superficie della facciata della bottega, le cui dimensioni precedenti sono segnalate tramite una linea orizzontale di colore giallo. Rifinita inferiormente da una zoccolatura policroma, interrotta dall'elemento di doppia incorniciatura del portale di accesso all'esercizio commerciale, la facciata è caratterizzata dalla presenza di un ordine gigante di paraste che, disposte lateralmente, unificano il piano terra ed il piano ammezzato, definendo le dimensioni della superficie d'intervento, mentre un ordine minore di lesene binate lisce, con base e capitello di ispirazione tuscanica, è ripetuto alla destra e alla sinistra dell'ingresso centrale, intervallato da decori fitomorfi e coronato da un elemento architravato. Ancora, una modanatura superiore sovrastata da tre decori con volute, di cui quello centrale parzialmente sovrapposto alla cornice liscia dell'apertura presente

171 ASCT, *Tipi e disegni*, 94.4.21.

172 Andrea Job, Maria Luisa Laureati, Chiara Ronchetta, *La decorazione esterna: i tipi della devanture e il loro rapporto con l'architettura*, *cit.*, p. 74.



Progetto di restauro per la facciata in marmo del negozio da liquori del Sig. Revelli via Milano, Casa Molines, 30 Aprile 1879
(ASCT, *Tipi e disegni*, 94.4.21)

al piano ammezzato, congiunge le coppie di lesene laterali, delimitando l'insegna in pietra scolpita, sorretta da una scansione di quattro mensole interrotte da ornamenti a festoni, recante le informazioni relative al nome e la tipologia dell'attività svolta. Una composizione che, come si può ipotizzare dalla sezione eseguita nella porzione inferiore del disegno, sovrappone una serie di elementi decorativi in materiale lapideo bianco al prospetto dell'edificio, richiamando una classicità volta a celebrare la ricercatezza dell'esercizio commerciale coinvolto dall'intervento.

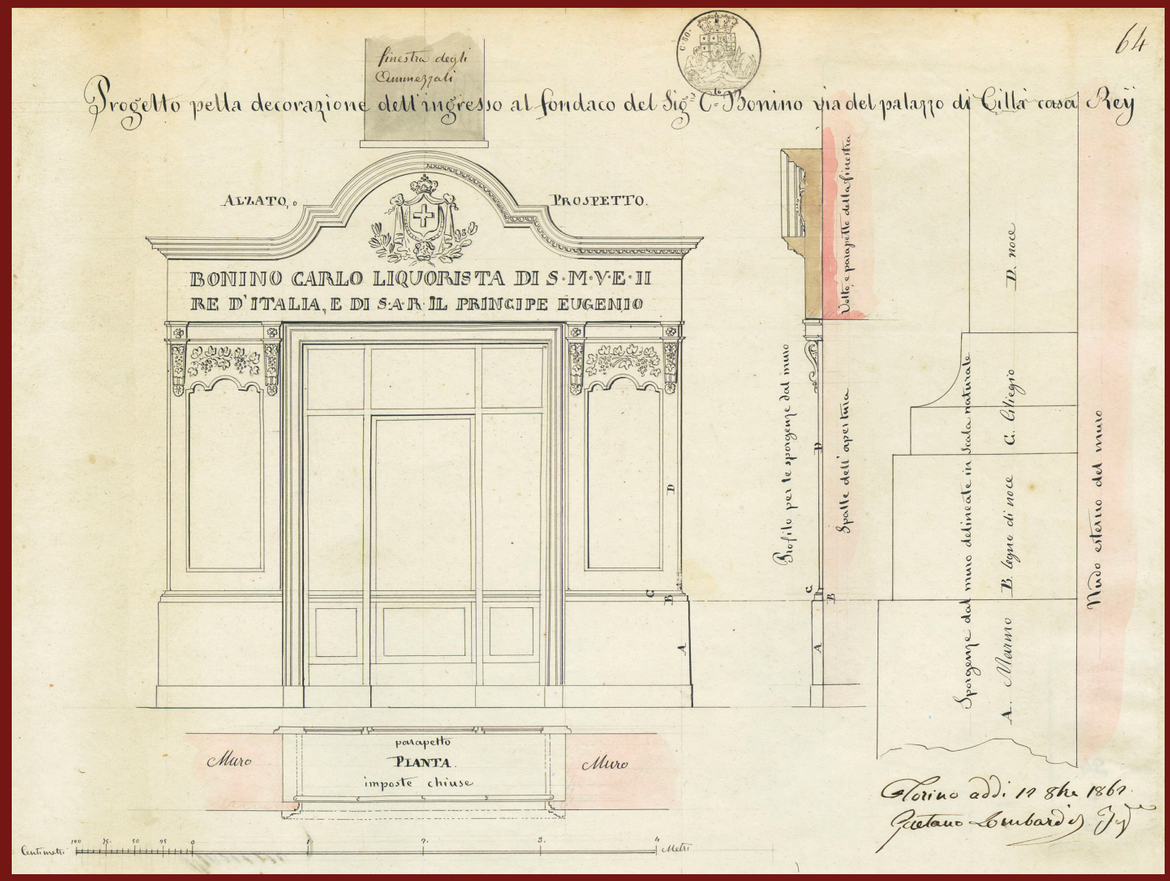
Se la pietra ed i marmi impiegati per i due progetti precedentemente riportati rappresentano dunque una scelta elegante, capace di evidenziare l'estrazione sociale del commerciante e richiamare una clientela raffinata, i materiali lignei costituiranno, al tempo stesso, un'opzione altrettanto valida che, largamente impiegata sotto forma di varie essenze per la realizzazione di elaborate *devanture* a monoblocco, contribuirà a ridefinire l'immagine del commercio torinese durante la seconda metà dell'Ottocento[173]. Tra gli esempi relativi alle strutture a monoblocco ligneo conservati in Archivio Storico si è ritenuto interessante selezionare, in ottica dell'approfondimento di studio, il *Progetto pella decorazione dell'ingresso al fondaco del Sig. C. Bonino*[174], firmato, nell'anno 1867, dall'ingegner Gaetano Lombardi in riferimento ad un negozio da liquori sito in via del Palazzo di Città[175], rientrando inoltre la contrada, prossima alla centrale via Doragrossa, tra le prime zone di concentrazione di questo genere di esercizi commerciali. Attraverso disegni precisi e particolareggiati, l'elaborato, corredato di scala metrica, propone la sovrapposizione di una devanture in legno e marmo alla facciata di casa Rey, prevedendo specifiche sulla scelta dei materiali; mediante la rappresentazione, alla destra della tavola, di sezioni

173 Angelo Novaresio, Germano Tagliasacchi, *Il legno*, *cit.*, p. 108.

174 ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.83.

175 Già nella Guida del 1823 è presente, alla voce Distillatori-Liquoristi, una bottega registrata a nome Bonino Felice e Comp. al numero 5 della Contrada del Palazzo di Città, riportata per numerosi anni fino a comparire sotto il nome di Bonino Carlo nella compilazione del 1865; dal passaggio di proprietà dell'esercizio commerciale la conseguente probabile volontà di rinnovarne l'immagine con il progetto analizzato. *Guida di Torino*, Marzorati-Paravia, Torino, anni 1823-1865.

con particolari in «scala naturale» correlate al prospetto, vengono infatti esplicitati l'impiego e la collocazione dei legni del noce e del ciliegio, alcune tra le specie arboree più ricercate che, in accordo con l'insegna intagliata recante il riconoscimento di *liquorista di Sua Maestà Vittorio Emanuele II Re d'Italia e di Sua Altezza Reale il Principe Eugenio*, accompagnato dallo stemma dei Savoia, eseguito centralmente, contribuiscono a nobilitare l'immagine dell'esercizio commerciale. Sull'asse verticale che determina la simmetria della composizione è posizionato il serramento di ingresso al locale, il cui telaio mobile, realizzato presumibilmente in legno in dialogo con il resto della struttura, è composto da una porta a battente semplice circondata da vetri fissi, mentre tre pannelli inferiori con specchiature rifiniscono l'infisso, delimitati da profili modanati che, oltrepassando la cornice lavorata del portale di accesso, proseguono ai lati del prospetto, separando così la fascia basamentale in marmo dal resto del disegno. Al di sopra di essa, i laterali, di spessore piuttosto ridotto, come visibile dalla sezione, svolgono una funzione essenzialmente decorativa, ospitando due pannellature con ampie specchiature trilobate, finemente bordate, ed ornamenti superiori intarsiati a richiamare il destino dell'attività, con disegni di tralci e viti ripresi anche per le coppie di mensole laterali di appoggio dell'insegna, la quale conclude il prospetto con una modanatura spezzata curva decorata a sua volta. Infine, il progetto per il negozio da liquori di via del Palazzo di Città risulta ancora interessante in quanto ci consente di risalire, grazie alla rappresentazione in pianta posizionata nella porzione inferiore della tavola, al sistema di chiusura da collocarsi a protezione delle vetrine una volta terminata la giornata lavorativa che, rappresentato al di sotto della dicitura «imposte chiuse», è in questo caso costituito da alcuni pannelli di legno con incastri,



Progetto per la devanture in legno e marmo del fondaco del Sig. C. Bonino via del Palazzo di Città, Casa Rey, 1867
(ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.83)

incernierati alla mazzetta e richiudibili lateralmente a ventaglio, di modo che potessero essere riposti entro lo spessore del muro senza creare ulteriore ingombro. Questo sistema, che in alcune botteghe prevedeva la chiusura dei pannelli in appositi scomparti celati nei laterali della vetrina, si presentava come l'evoluzione funzionale delle più semplici tavole in legno ad incastro, removibili, da fissarsi ai telai tramite l'uso di spranghe di ferro, poi largamente sostituito, in particolare negli ultimi decenni del secolo, da sistemi a scomparsa, quali le saracinesche in metallo, installati nel cassonetto delle *devanture*[176] come nel caso del progetto per la facciata del negozio *Novara Confettiere e Liquorista*[177] studiato nel 1869. Con un prospetto e due sezioni raffigurate nella scala dell'1:20, il disegno, sviluppato per l'attività di Novara Teresa localizzata sotto i portici di San Salvario, nell'isola di Sant'Adele, riporta la composizione di una *devanture* a monoblocco, da realizzarsi, come segnalato nella didascalia superiore, in legno di noce con zoccolo in marmo, riproponendo un accostamento di materiali, simile a quello del progetto analizzato precedentemente, utile a prevenire problemi di igiene e durabilità causati dal contatto con la strada, sede di smaltimento delle acque. Le rappresentazioni, eseguite con precisione a china, mostrano alcuni accorgimenti come il riempimento rosso della muratura portante, il tratteggio per gli elementi sezionati della struttura in legno ed alcune linee curve, realizzate con mano leggera, volte a riprodurre le venature del basamento in marmo, componendo così una tavola semplice ma curata nei dettagli. Il progetto prevede la sovrapposizione di una struttura unitaria sulla porzione di facciata dell'edificio di competenza dell'esercizio commerciale, alla quale si accosta con un sistema di montanti e traversi[178], lasciando così un'intercapedine tra il muro ed il telaio della *devanture*, la quale, con

176 Angelo Novaresio, Germano Tagliasacchi, *Il legno*, *cit.*, p. 110.

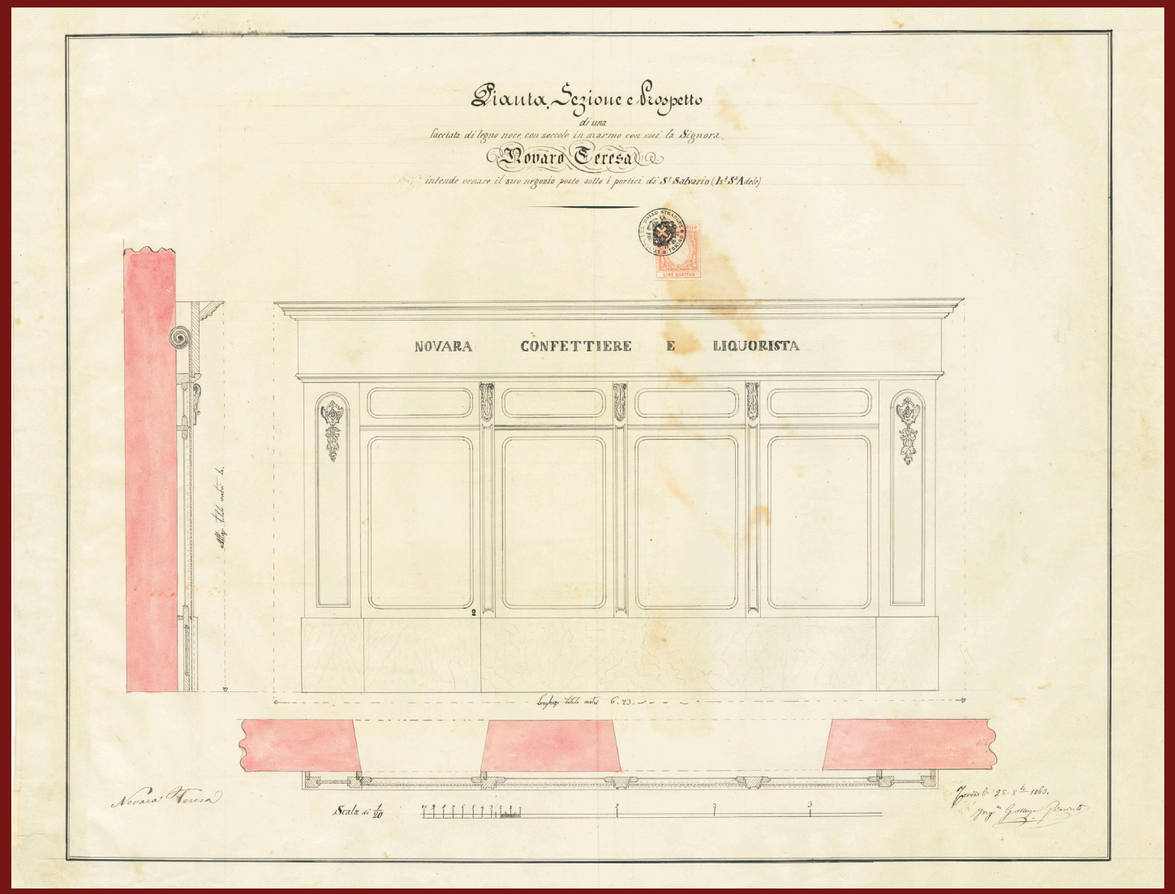
177 ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.125.

178 Angelo Novaresio, Germano Tagliasacchi, *Il legno*, *cit.*, p. 110.

un disegno dalla scansione ritmica, cancella, dissimulandole dall'esterno, le aperture preesistenti. Il monoblocco presenta infatti una composizione omogenea, oltre che simmetrica, regolata su un modulo ripetuto quattro volte, coincidente con la larghezza della porta d'ingresso, unico passaggio corrispondente al vano d'accesso retrostante, eccezionalmente mimetizzato nel prospetto senza l'aggiunta di cornici decorative o altri elementi distintivi, come di comune uso nei progetti fino ad ora approfonditi. Al di sopra dello zoccolo in marmo ognuno dei quattro moduli comprende un tamponamento vetrato, cui si accompagna, superiormente, un sopraluce, a formare coppie di superfici trasparenti scandite, verticalmente, dagli elementi per l'incastro dei telai dei serramenti e, orizzontalmente, da un doppio profilo sagomato con funzione decorativa, portandoci ad ipotizzare, vista la presenza della muratura retrostante, l'utilizzo di alcune finestrature come vetrine, grazie alla possibilità di fissare al vetro pannelli e pubblicità dall'interno del locale. La composizione, di per sé sobria, è poi impreziosita da alcuni ornamenti con motivo vegetale, ripresi anche per i due pannelli con specchiature collocati ai lati del prospetto, mentre il cassonetto con la modanatura superiore, atto, come visibile dal disegno in sezione, a custodire il sistema ad avvolgibile[179] dotato di guide laterali ed utile a proteggere separatamente i singoli tamponamenti vetrati fino all'altezza della zoccolatura lapidea, aggetta rispetto al filo facciata della *devanture*, concludendola.

Termina la casistica degli esempi che si è ritenuto interessante analizzare, in riferimento alla ricerca, un progetto studiato per la facciata della liquoreria torinese per eccellenza, dove il vermouth ebbe i natali ed affermò la propria fama; la fabbrica da liquori sita sotto i Portici della Fiera, in Piazza Castello numero 18, come già sappiamo precedentemente legata al nome

179 *ibidem.*



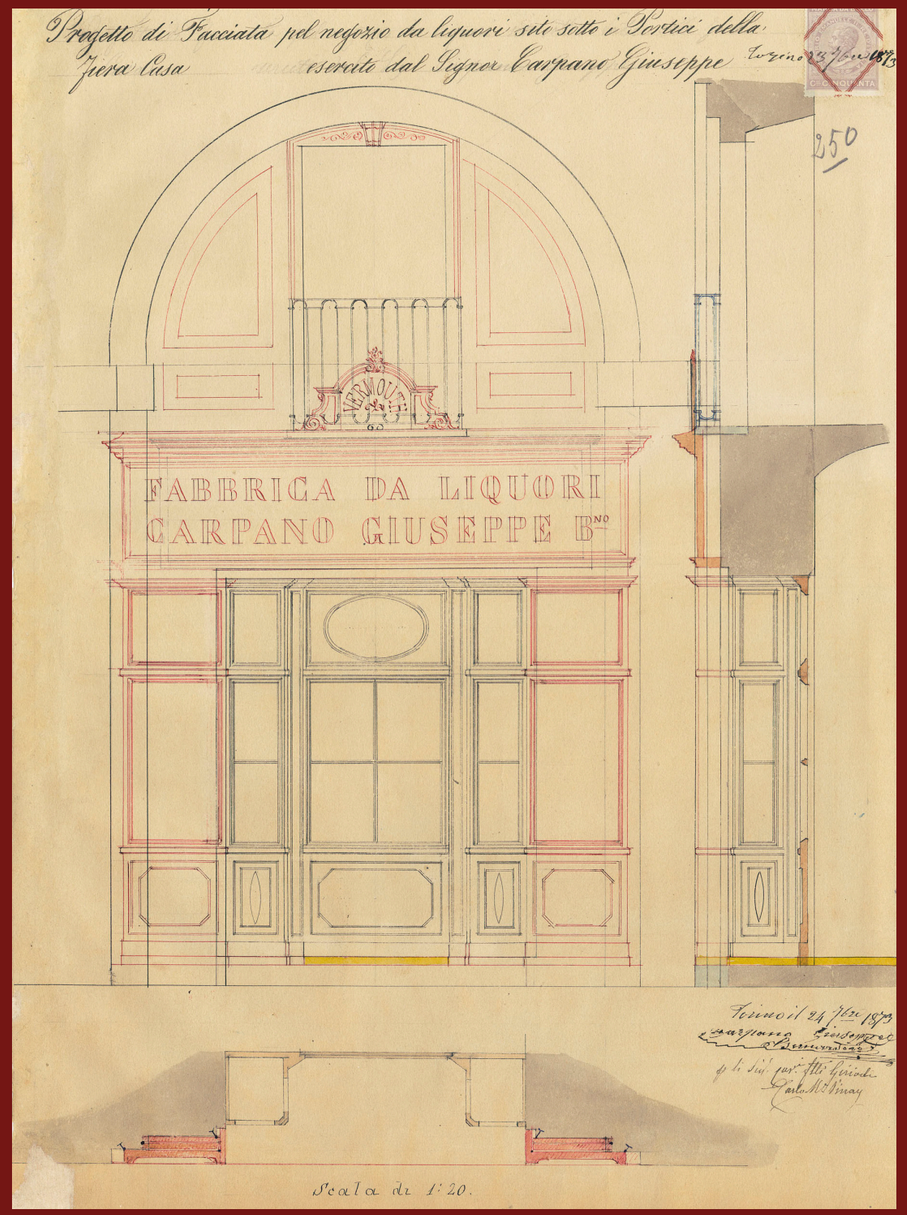
Progetto per la devanture in legno e marmo del Confettiere e Liquorista Novara
portici di San Salvario, isola Sant'Adele, 28 Agosto 1863
(ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.125)

del liquorista Marendazzo e successivamente rilevata, intorno alla metà del XIX secolo, dalla famiglia Carpano. La tavola del *Progetto di Facciata pel negozio da liquori sito sotto i Portici della Fiera*[180], risalente all'anno 1873, prevede infatti un nuovo disegno per l'esercizio commerciale di proprietà del Signor Carpano Giuseppe, che, tramite l'aggiunta di diversi elementi dal principale carattere decorativo, tracciati in rosso, modifica ed arricchisce il prospetto della bottega già esistente. Questo, con l'accesso al pian terreno e l'apertura del piano ammezzato cinte da un arco a tutto sesto sagomato nella muratura, prevedeva poche componenti in materiale ligneo, come l'ingresso a bussola, arretrato rispetto al filo facciata, propositivo di una soluzione che consentiva di guadagnare spazio ed aumentare sia le superfici trasparenti, utili ad incrementare la luminosità degli ambienti interni, sia le eventuali aree espositive, per la presentazione della merce venduta. Nella rappresentazione, infatti, due vetrine laterali di dimensioni piuttosto contenute[181], atte ad esporre eleganti bottiglie di vermouth, sono disposte angolarmente, affiancate all'ingresso centrale ad anta semplice di cui riprendono la fattura, con gli elementi del telaio, rifinito con profili modanati, le superfici vetrate, ripartite in due o quattro cristalli di dimensioni minori, le pennellature inferiori, con specchiature di ispirazione geometrica, ed i sopraluce. Il medesimo schema compositivo, privo questa volta delle superfici trasparenti, è ripreso poi per gli elementi laterali di ampliamento della *devanture*, che, con dei pannelli con funzione ornamentale fissati alla facciata tramite un sistema di zanche metalliche staffate a muro[182] rintracciabili in pianta, cancella, sovrapponendovisi, la porzione inferiore dell'arcata, ignorando l'unitarietà del prospetto a rimodellare la fascia commerciale dell'edificio. Ugualmente la struttura con intercapedine del cas-

180 ASCT, *Tipi e disegni*, 94.2.250.

181 Chiara Ronchetta, Maria Paola Ruffino, *Confettieri, pasticceri, liquoristi, panettieri*, *cit.*, p. 95.

182 Paola Delpiano, *L'arredo commerciale esterno: modelli, tecniche e materiali*, *cit.*, p. 44.



Progetto per la modifica della facciata della Fabbrica da liquori Carpano portici della Fiera, 1873
(ASCT, *Tipi e disegni*, 94.2.250)

sonetto superiore, ospitante l'insegna della *Fabbrica da liquori Carpano Giuseppe Bonino* incorniciata da fasce modanate più o meno complesse, di cui la superiore, sporgente, posizionata a protezione degli apparati architettonici inferiori, cancella l'aggetto del balcone del piano ammezzato, il cui parapetto metallico è in parte celato dall'affissione di una targa decorativa a celebrazione dell'eccellente bevanda alcolica prodotto di punta di casa Carpano, mentre alcuni elementi con specchiature, laterali, dialogano con il resto della composizione, adattando le proprie linee alla guida dell'arco preesistente, ed alcuni semplici decori sottolineano l'apertura della porta finestra, interrotti da una piccola lanterna, disposta centralmente. Infine la sezione laterale ci introduce, eccezionalmente rispetto agli esempi precedentemente analizzati, alle sale interne, rappresentando una piccola parte degli ambienti voltati di cui abbiamo ricostruito l'immagine, grazie ad esclusive testimonianze scritte, nei capitoli precedenti.

LA COMUNICAZIONE E L'INSEGNA
La bottega del liquorista e vermouthiere 4.6

Abbiamo più volte sottolineato come le condizioni verificatesi nel corso dell'Ottocento, con una moltiplicazione dell'offerta commerciale sia in termini di accrescimento dei punti vendita che in termini di una maggiore specializzazione merceologica in risposta alle esigenze della classe borghese, abbiano accentuato il ruolo affidato alla decorazione ed alla segnaletica nella costituzione dell'immagine della bottega. Essendoci precedentemente soffermati sugli apparati architettonici e decorativi degli arredi commerciali, vale la pena aprire una breve parentesi sulle insegne e le pubblicità, elementi altrettanto fondamentali

per l'evidenziazione e la distinzione delle singole attività all'interno di scenari urbani dal denso carattere commerciale. La segnalazione di un punto vendita su strada, per lungo tempo luogo naturale dello scambio, risale già al mondo antico e prosegue, fino ai principi del XVII secolo, tramite l'uso di alcuni elementi mobili di uso comune, quali aggetti a protezione di apparati esterni ed ingressi, banchi per collocare le merci sul suolo pubblico ed insegne a comunicare il genere di commercio effettuato[183]. Considerando che l'alfabetizzazione si è a lungo configurata come un privilegio, gli esercizi commerciali erano soliti segnalare il tipo di attività effettuata tramite dipinti o simboli, tanto che, almeno fino al XV secolo, era comune trovare all'interno delle botteghe di pittori e scultori giovani allievi impegnati nella realizzazione di targhe incise o disegnate e conosciuti come veri e propri «pittori di insegne»[184]. La riconfigurazione dei centri urbani, avvenuta poi a partire dal Settecento, ha giocato un ruolo fondamentale per la riorganizzazione estetica e funzionale delle attività commerciali; avendo la capacità di connotare interi assi commerciali, l'arredo urbano nel suo complesso, diventò, in epoca ottocentesca, oggetto di supervisione da parte delle amministrazioni, tanto che gli strumenti normativi adottati per gestire l'uso del suolo pubblico e difendere il decoro cittadino si occupavano di disciplinare perfino le targhe delle botteghe, assicurandosi che fossero correttamente scritte[185]. Parte di un provvedimento edilizio approvato nell'ottobre 1843, con oggetto la regolazione dei lavori, relativi sia agli edifici che agli spazi di uso comune, da eseguirsi sulle vie pubbliche, si dedica proprio alle insegne quali

«le iscrizioni che si espongono al pubblico su quadri, pannine, tele e simili lateralmente o sopra le botteghe od in altre parti delle facciate

183 Paola Delpiano, *L'arredo commerciale esterno: modelli, tecniche e materiali, cit.*p. 41.

184 Mila Leva Pistoi, *Architettura e arredo del commercio: le origini, i modelli, gli autori,* in Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati, *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione*, Allemandi, Torino, 1984, p. 40.

185 Andra Job. Chiara Ronchetta, *Il rapporto del commercio con l'ambiente urbano, cit.*, p. 16.

delle case[186]».

Stabilisce quindi l'obbligo dell'ottenimento di un permesso, da parte del vicariato e con benestare del proprietario dello stabile, per l'affissione di una qualsiasi iscrizione, la cui conformità a quanto riportato nella richiesta deve essere assoluta, senza possibilità di variazioni, abbreviazioni o aggiunte di qualsiasi genere. Si sottolinea, inoltre, come le insegne siano da eseguirsi «sovra puliti quadri di proporzionata grandezza», al fine di non imbrattare le facciate degli edifici, collocandole in appositi spazi tali che non sporgano oltre i 25 centimetri dal muro; una normativa, estesa a tutti gli esercizi commerciali compresi quelli già provvisti di targhe di segnalazione, cui la struttura della *devanture* a monoblocco, dotata di apposito spazio portainsegna all'altezza dell'architrave con possibilità di inserimento di pannelli rimovibili, offriva comoda soluzione. Oltre alla norma scritta, si fanno testimonianza di queste regolamentazioni gli stessi disegni conservati in Archivio Storico, i quali abbiamo già considerato essere delle vere e proprie richieste di autorizzazione, rivolte alle autorità competenti, per l'ottenimento dei permessi utili a modificare gli esterni delle botteghe, alcune delle quali appunto depositate per l'esclusiva affissione di un'indicazione segnaletica, come il *Progetto per un'insegna in legno da collocarsi in via Palazzo di Città al n. 3 di Casa Gilardini per il negozio del Sig. Aguglioni e Comp. Liquorista*[187]. Con una rappresentazione pulita ed essenziale, limitata, come consuetudine, alla fascia basamentale dell'edificio accompagnata da un accenno delle aperture del piano superiore, il disegno, eseguito nell'anno 1876 nella scala dell'1:25, si dedica, come dichiarato nella breve descrizione a destra della tavola, allo sviluppo dell'insegna in materiale ligneo da collocarsi tra

186 Città di Torino, *Provvedimenti edilizi: 1566-1892*, Tipografia Eredi Botta di Bruneri e Crosa, Torino, 1893, p. 119.

187 ASCT, *Tipi e disegni,* 94.3.109.

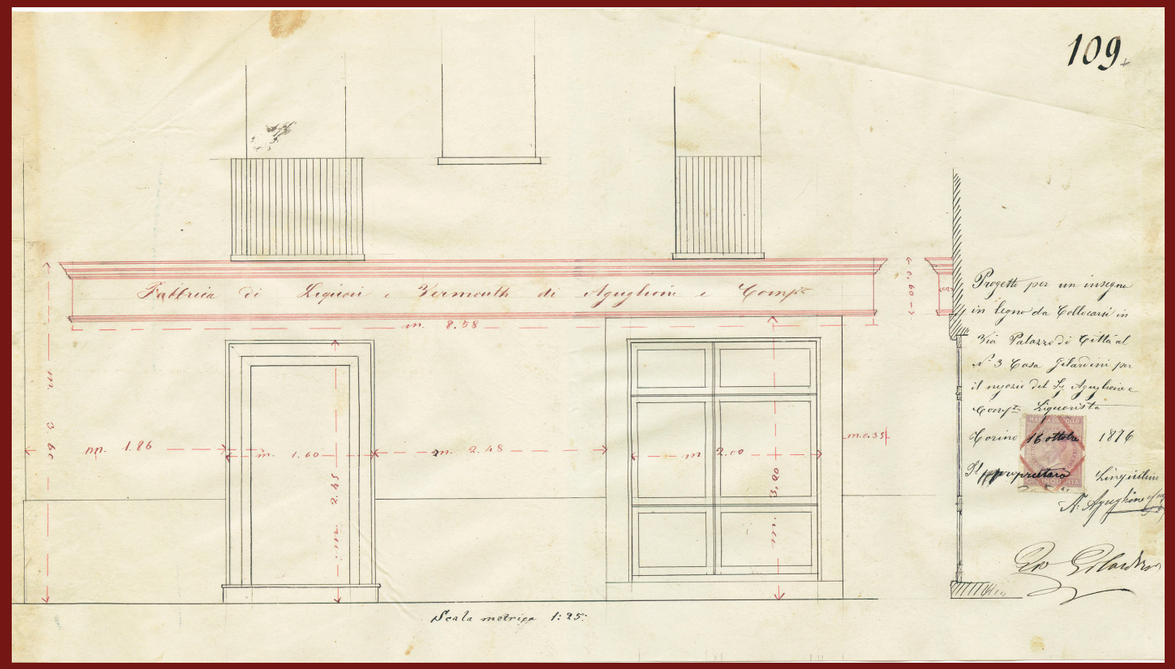
la cornice dell'ingresso del pian terreno ed i balconi del piano primo. Questa, intagliata con due livelli di modanature a cingere superiormente ed inferiormente il contrassegno in corsivo di *Fabbrica di Liquori e Vermouth di Agugliani e Comp.*, riporta, nella sua essenzialità, le precise dimensioni da rispettarsi per la sua realizzazione, con quote relative a lunghezza, altezza e profondità, annotate tra il prospetto e la sezione, a rispettare le rigide norme che abbiamo visto essere imposte dalla Municipalità. Semplici caratteri di grandi dimensioni, in cornici più o meno estese, caratterizzarono le insegne almeno fino al secondo Ottocento, quando, anche grazie al Liberty, il disegno iniziò ad affinare l'arte delle scritte[188], mentre l'intera immagine della bottega si tradurrà in espressioni grafiche su fatture commerciali, carta da lettere e varie forme di pubblicità[189], che si evolveranno per arrivare a forme di comunicazione esemplari nel caso di alcune rinomate ditte produttrici di vermouth, come analizzeremo in un capitolo successivo.

188 Mila Leva Pistoi, *Architettura e arredo del commercio: le origini, i modelli, gli autori*, p. 39.

189 Chiara Ronchetta, *Negozi e locali storici di Torino, cit.*, p. 15.

4.7 LA PROGETTAZIONE AI PRINCIPI DEL NOVECENTO
La bottega del liquorista e vermouthiere

Tra la seconda metà dell'Ottocento ed i primi decenni del secolo successivo il commercio prosegue nell'essere uno dei principali fattori caratterizzanti lo scenario urbano: le sue espressioni architettoniche coinvolgono tra i più qualificati ed attivi professionisti del settore, i quali, impegnati in un numero crescente di progetti, definiscono sempre più dettagliatamente l'immagine della città del commercio. Le medesime figure degli architetti e gli artigiani incaricati di ripensare il volto della nuova città si occupano di esaudire i desideri della committenza borghese, progettando l'arredo commerciale attraverso



Progetto per l'insegna della Fabbrica da Liquori e Vermouth di Agugliani e Comp.
via del Palazzo di Città n.3, Casa Gilardini, 1876
(ASCT, *Tipi e disegni*, 94.3.109)

interventi che tentano di legare l'interno della bottega con il suo esterno, riprendendo, nella composizione delle *devanture*, materiali e linee decorative a simboleggiare il lusso dei locali sull'affaccio pubblico[190]. Con l'avvicinarsi della fine del secolo, finalmente, verrà riconosciuto il ruolo delle attività commerciali già in fase di progettazione edilizia, con attenti disegni che, coinvolgendo anche il piano ammezzato, adotteranno nuovamente la soluzione del serramento in luce, più o meno articolato e decorato, portando ad un graduale superamento degli imponenti apparati sovrastrutturali comunemente in uso[191]. Nello stesso periodo la bottega del liquorista e quella del confettiere si riuniranno, sempre più frequentemente, in un singolo punto vendita che, pur mantenendo separate le attività produttive, originerà un luogo a metà tra due categorie commerciali, raccogliendo gli spazi riservati al pubblico in un unico ambiente ispirato al salotto borghese, mentre gli arredi verranno rinnovati ispirandosi a stili di altre epoche, tra neo-rinascimento, neo-rococò e neo-gotico talvolta accostati ad un più diffuso neo-classicismo[192]. Bisognerà attendere il principio del Novecento affinché, attraverso le esposizioni a carattere internazionale dedicate all'industria, di cui si ricorda la Mostra Internazionale di Arte Decorativa e Industriale tenutasi nel 1902 al Parco del Valentino, nuovi modelli stilistici e decorativi si diffondano nel gusto della borghesia imprenditoriale, stimolando, anche in territorio torinese, un rinnovamento dell'architettura[193]. Il nuovo stile, esito di un dibattito europeo che trova nell'Art Nouveau una risposta di tipo ideologico quanto tecnico, viene declinato, in un primo tempo, nella costruzione di un'edilizia civile fatta di villette ed edifici residenziali, avvicinandosi al settore commerciale solo in un secondo momento, con il sostegno di riviste e giornali[194]; esempi di arredi, eseguiti

190 Stefania Festa, Maria Paola Ruffino, *Caffè, cit.*, p. 73.

191 Andrea Job, Chiara Ronchetta, *Il rapporto del commercio con l'ambiente urbano, cit.*, p. 16.

192 Paola Traversi, *Gli arredi interni*, in Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni e interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001, p. 57.

193 *ibidem.*

194 Mila Leva Pistoi, *Architettura e arredo del commercio: le origini, i modelli, gli autori, cit.*, p. 42.

dai più prestigiosi architetti ed artigiani dell'epoca e commentati nei materiali e nella qualità esecutiva, vengono pubblicati da periodici quali «L'Architettura Italiana» e «Arte Italiana Decorativa e Industriale», entrando nel gusto di un ampio pubblico[195]. Si assiste dunque ad un propagarsi di manufatti ispirati ai modelli floreali, talvolta scarsamente rapportati al contesto architettonico ed ambientale, ma pur sempre opera di prestigiosi artisti del legno e del ferro, con esempi degni di nota anche per quanto riguarda la tipologia ibrida delle liquorerie-confetterie. Tra queste il caffè Mulassano, frutto del lavoro dell'architetto Antonio Vandone che, nel 1907, coordina il progetto per gli interni e gli esterni del piccolo locale situato in piazza Castello, mettendo diverse arti a dialogo: tramite una reinterpretazione eclettica il progettista affianca infatti decorazioni Art Nouveau di ispirazione internazionale ad elementi di carattere neo-rinascimentale, come l'importante soffitto a cassettoni in legno con inserti centrali in cuoio, mentre marmi ricercati si accostano a rifiniture in bronzo con motivi di foglie e grappoli d'uva, eseguiti in modo ricorrente all'interno degli ambienti delle liquorerie[196]. Ancora le pareti interne arricchite con *boiseries* in legno e superfici specchiate, decorate alla base con dettagli marmorei ed in bronzo ripetenti la finitura del bancone dai toni ambrati, insieme alla stipetteria ed alcuni tavolini in marmo, costituiscono un ambiente accogliente in perfetta interazione con il monoblocco ligneo di ispirazione ottocentesca dell'esterno, dove una struttura trasparente con ingresso a bussola ripropone i decori dorati dell'interno[197]. Localizzato nel centro della socialità torinese dell'epoca, il caffè Mulassano si accostava ad altri luoghi di ritrovo esemplari, come la prestigiosa confetteria Baratti & Milano che, inaugurata nel 1875 con affaccio sulla Galleria Subalpina, sarà riallestita in gusto tardo Liberty tra il

195 Andrea Job, Chiara Ronchetta, *Il rapporto del commercio con l'ambiente urbano, cit.*, p. 17.

196 Enrico Guagnini, *Locali storici d'Italia*, Centro Studi Luigi Lavazza, Milano, 1994, p. 84.

197 Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati, *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione, cit.*, p. 179.

1909 ed il 1911 su progetto dell'architetto Giulio Casanova, incaricato di rapportare gli arredi esistenti con le nuove soluzioni da adottarsi per i locali di ampliamento appena acquistati, ad estendere il prospetto sul sottoportico di piazza Castello. Alla *boiserie* con scaffali ed armadietti a vetri decorati, atti ad esporre bottiglie di liquori e contenitori di dolci, ed al bancone con vetrine e ripiano in marmo, intagliato con cornici, conservati dal progetto originario che già trasportava i clienti in un elegante locale dall'atmosfera ospitale, si aggiungeranno il *lambris* in mogano scolpito ed alcuni decori, tra tondi in stucco dipinti e tipici motivi ispirati alle viti, ricorrenti in gran parte degli arredi. Ulteriori ornamenti con bassorilievi bronzei saranno poi inseriti a movimentare il disegno della nuova *devanture* in marmo giallo con infissi in mogano, contrapposta all'ingresso sul lato della galleria, composto da una successione di sei vetrine con serramento in luce in legno coronate da pannelli in vetro con scritte dorate[198]. Gli eccellenti lavori eseguiti per gli esercizi commerciali di piazza Castello stimoleranno analoghe opere di rinnovo in botteghe localizzate in altri luoghi della città; la confetteria-liquoreria Platti, ad esempio, collocata all'angolo tra corso Vittorio Emanuele II e corso Re Umberto, riallestirà alcuni ambienti al principio del XX secolo, divenendo un modello di stratificazione di stili storici reinventati, a più riprese, nelle tre sale interne[199]. Fondata nel 1870 e conosciuta precedentemente come liquoreria Principe Umberto, la confetteria Platti presenta una *devanture* a monoblocco in mogano, dal disegno semplice ed elegante, sormontata da un portainsegna in noce che, nell'accostamento dei differenti materiali lignei, ricercava un effetto cromatico gradevole in ripresa degli ambienti interni. Relativamente a questi il locale verrà arricchito di decorazioni e dettagli, come gli stucchi di ispirazione barocca in tinte pastello

198 *ibidem*, p. 183.

199 Paola Traversi, *Gli arredi interni, cit.*, p. 60.

declinati in medaglioni, cornici e decori floreali ed il bancone in legno con zoccolo in marmo della sala caffè, accostati ad un ambiente fine ottocentesco dall'arredo ricercato, caratterizzato dalle tonalità del legno, impiegato, nelle essenze del noce e del tiglio, per la realizzazione degli scaffali con dettagli in ottone e motivi Luigi XVI ed i lampadari dorati della sala confetteria. La terza sala infine, con ornamenti di ispirazione Dèco ed accenni razionalisti, conserva una serie di tavolini in ghisa con piano in marmo, originariamente collocati in un ampio dehor esterno, ed altri, di produzione successiva, in marmo rosso[200].

200 Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati, *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione, cit.*, p. 163.

CAPITOLO 5

il *vermouth* come *simbolo* della Torino ottocentesca.

5.1 «L'ORA DEL VERMOUTH»
Il vermouth come simbolo della Torino ottocentesca

Abbiamo già detto, nei capitoli precedenti, come le strutture dei portici, ampiamente diffuse nella città torinese, abbiano incentivato l'insediamento di un numero elevato di attività commerciali, moltiplicatesi in qualità di intrattenimento della classe borghese frequentemente dedita al passeggio:

«tali portici, mentre offrono la comodità, tutt'altro che trascurabile, di poter fare lunghissime passeggiate al coperto anche nei giorni di maltempo, giovano pure, per così dire, ad una concentrazione della vita cittadina e mondana e contribuiscono a darle un aspetto caratteristico, specialmente in alcune ore del giorno, le cosiddette ore del vermouth, cioè fra le undici e mezzogiorno e fra le diciotto e le diciannove[201]».

Punti vendita dedicati ai generi più disparati si mescolavano infatti a numerosi locali preposti al ristoro dove soffermarsi per una pausa ed una chiacchiera, tra i quali abbiamo visto figureranno, con l'avvicinarsi di fine Ottocento, un numero sempre crescente di liquorerie e vermoutherie, creatrici di questa tradizione conosciuta come «l'ora del vermouth». Come riportato nella testimonianza citata precedentemente, questa istituzione si componeva di due momenti; il primo prevedeva l'assunzione di un bicchiere del tipico vino liquoroso in orario precedente il pranzo, che spesso veniva consumato, per quanto riguardava le classi più agiate, rientrando nella propria dimora, mentre il secondo si poneva come una consuetudine che concludeva la giornata lavorativa, dando inizio a ciò che si trasformerà nell'usanza del moderno aperitivo. Una sorta di evoluzione della merenda sinoira, usanza contadina tipica del

201 Carlo Montù, *Torino Collezione Guide d'Italia*, Istituto Geografico De Agostini, Novara, 1924, p. 6.

Piemonte che consentiva, durante le lunghe giornate lavorative del periodo estivo, il recupero delle energie tramite un pasto veloce antecedente la cena, l'ora del vermouth accompagnava alla bevanda paste salate o dolci per evitare spiacevoli effetti derivanti dall'alcol[202]. Un rituale, questo, basato sulla comune consumazione di una miscela di vermouth, soda e china per accentuarne la nota amara, che richiamava ogni classe sociale ed annoverava, tra i suoi estimatori, anche personalità di spicco del panorama politico e sociale torinese; per la rinomatissima bottega di Carpano passarono da Cavour a Bersezio, al fianco di comuni lavoratori intenti a confrontarsi e concludere gli ultimi affari, come gli agenti di borsa, responsabili del battesimo del *punt e més*, denominazione nata utilizzando il gergo delle quotazioni al momento di ordinare l'aperitivo[203]. L'ora del vermouth, che verrà contaminata dalla cultura americana del cocktail a seguito della prima guerra mondiale, si trasformerà anche in un momento di convivialità tipico di cerimonie formali ed appuntamenti istituzionali, in occasione delle quali, a partire dal principio del XX secolo, si prese l'abitudine di servire il cosiddetto «vermouth d'onore», segnalato agli ospiti sui biglietti di invito agli eventi[204].

202 Fulvio Piccinino, *Il vermouth di Torino, cit.*, p. 50.

203 Carlo Moriondo, *Torino come eravamo: caffè all'inizio del secolo. Dove nacque l'aperitivo*, in La Stampa Sera, 3 Dicembre 1977, Torino.

204 Fulvio Piccinino, *Il vermouth di Torino, cit.*, p. 51.

5.2 IL VERMOUTH NELLE GUIDE CITTADINE
Il vermouth come simbolo della Torino ottocentesca

Le guide della città, che abbiamo citato più volte nel corso dei capitoli, costituiscono una preziosa fonte di informazioni, di tipo storico ed artistico, come amministrativo ed economico, sulla Torino dei secoli scorsi, comunicate attraverso descrizioni, censimenti ed iconografie. Con una storia che risale all'epoca medioevale, quando i primi testi di questo genere letterario si rivolgevano a credenti e pellegrini intenti a visitare Roma in occasione di celebrazioni religiose e giubilei, esaltando la città e suggerendo itinerari e visite ad architetture esemplari con testi ed informazioni spesso mescolati a leggende e, pertanto, inesatti, le guide si caricheranno di un significato di tipo laico grazie all'influenza della cultura illuminista, divenendo mezzi fondamentali per il viaggiatore dell'età moderna. Il fenomeno sei e settecentesco del *grand tour,* esperienza fondamentale per la nobiltà del nord Europa, contaminato dalle idee di Francis Bacon che vedeva nel viaggio un importante strumento di sapere, rese l'Italia, terra ricca di cultura, una meta irrinunciabile all'interno di un più ampio itinerario europeo ed aumentò l'importanza e la diffusione delle guide[205]. Ricordi ed esperienze personali si trasformavano in immagini, scritte o disegnate, dei singoli nuclei urbani, portando queste descrizioni rivolte ai forestieri ad essere una sorgente di dati, in successivo aggiornamento, sui loro monumenti, gli edifici principali, laici come religiosi, le istituzioni più importanti, le strade, le piazze, gli abitanti ed i loro costumi. Relativamente alla capitale sabauda, la prima «guida de' forestieri», pubblicata con l'intento di accompagnare il viaggiatore in un itinerario flessibile e personale, fu edita dal commesso di libreria Giovanni Gaspare Craveri, che scelse di compilarla, a metà Settecento, in occasione di un evento di rievocazione del miracolo eucaristico verificatosi in città nel 1453[206]. A questo primo mezzo per la conoscenza di Torino seguirà il lavoro di Onorato Derossi, libraio ed al tempo stesso editore e tipografo che, nel 1780, otterrà la concessione da parte del sovrano di redigere un «Almanacco Reale», contenente informazioni circa le più importanti istituzioni della città ed un elenco dei professionisti e lavoratori in essa esercenti, che

205 Alicia Cámara Muñoz, Consuelo Gómez López, *La imagen de la ciudad en la edad moderna*, Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid, 2011, p. 247.

206 Luciana Manzo, Fulvio Peirone (a cura di), *Itinerari torinesi: guide della città fra Sette e Novecento*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 2007, p. 5.

sarà accompagnato, a partire dall'anno successivo, da altre notizie e curiosità riguardo manufatti artistici ed architettonici, contenute nel volume aggiuntivo intitolato «Nuova guida per la Città di Torino». Derossi, specificando quanto il primo testo fosse rivolto a dare informazioni sulle persone, mentre il secondo si riferisse alle cose, imprimerà una categorizzazione che verrà mantenuta, vedendo l'Almanacco evolversi negli «Indicatori torinesi» e nelle guide commerciali ed amministrative Marzorati-Paravia, con le guide risolte invece in una successione di opere e manuali, differenziati nella cura e nell'approfondimento dei temi trattati[207]. Questi due modelli si distingueranno poi in testi descrittivi o illustrati, rivolti ai forestieri o ai cittadini, editi in relazione ad eventi o per la quotidianità, affiancati da più rari censimenti di proprietà e risorse[208], costituendo un patrimonio estremamente ricco in epoca ottocentesca, che ci consente di approfondire aspetti inediti del panorama culturale torinese del tempo. Se dunque la creazione di Carpano, largamente conosciuta ed apprezzata, entrò nelle abitudini e nella quotidianità dei cittadini torinesi, come abbiamo sottolineato nel paragrafo precedente, non sorprende che il vermouth sia citato in più volumi dedicati alla città che, nel corso del XIX e del XX secolo, hanno contribuito a documentare l'importanza e la fama di questo prodotto simbolo della capitale sabauda. Emilio Borbonese, nella sua guida di Torino, inserisce ad esempio, a seguito di una breve introduzione storica, varie indicazioni utili alla visita della città; tra queste, comprensive di notizie riguardo il clima e la popolazione, come i teatri, i mezzi di trasporto, gli edifici civili e di culto ed i monumenti, è presente una parentesi dedicata agli alberghi, i ristoranti ed i caffè, completata da alcune righe ad annotare le specialità locali che era possibile consumare in questi luoghi. A seguito di una celere celebrazione di questi servizi e delle comodità da loro offerti si trovano dunque alcune righe ad elogio dei vini, i grissini e, appunto, il vermouth, che:

207 *ibidem*, p. 12.

208 *ibidem.*

> «fra le bibite più in uso […] può dirsi la vera specialità di Torino; bibita corroborante ed igienica, come quella che non è fatta a base di alcool, ma unicamente di vino bianco con essenze ed aromi. Si prende schietto a bicchierini o commisto ad acqua pura od acqua di Seltz, usualmente prima dei pasti, per stuzzicare l'appetito[209]».

Una descrizione che, oltre a confermare la diffusione e l'apprezzamento del vino liquoroso, richiama anche l'usanza dell'ora del vermouth antecedente i pasti, documentata precedentemente anche nella descrizione illustrata di Andrea Covino che scrive come

> «una parte della popolazione, ed in specie la più eletta, rientra nelle case pel pranzo, non senza fortificare prima il ventricolo con un buon vermouth[210]»

ed esplicitamente citata, secondo quanto visto nel paragrafo precedente, anche in un testo dedicato a Torino appartenente alla Collezione Guide d'Italia risalente all'anno 1924[211]. Un'altra breve definizione del vermouth, inserito tra le tipiche preparazioni gastronomiche torinesi, è stampata nella guida storico-artistica amministrativa e commerciale degli autori Stefani e Mondo, che, a metà Ottocento, non mancano di richiamare la fama e la diffusione della bevanda fabbricata in città[212]. Ancora Pietro Baricco, all'interno delle notizie preliminari della sua «Torino descritta» riporta quanto il vino liquoroso sia

209 Emilio Borbonese, *Guida di Torino*, Tipografia Roux Frassati e Co., Torino, 1898, p. 37.

210 Andrea Covino, *Torino: descrizione illustrata, cit.*, p 29.

211 Carlo Montù, *Torino Collezione Guide d'Italia, cit.*, p. 6.

212 Guglielmo Stefani, Domenico Mondo, *Torino e i suoi dintorni: guida storico-artistica, amministrativa e commerciale, cit.*, p. 35.

«una bevanda molto in uso, che giova a stuzzicar l'appetito e non brucia le viscere come i liquori spiritosi […] si beve a bicchierini ed è schietto vin bianco profumato con erbe e aromi»,

completando la spiegazione, alcune pagine dopo, con un elenco di prezzi sommario entro il quale riporta anche la tariffa generica di un bicchiere di vermouth ed aggiungendo che

«alcuni fabbricanti in grosso di questo liquore ne spediscono a stranieri paesi in buon dato, e fanno cospicui guadagni[213]».

213 Pietro Baricco, *Torino descritta: parte prima*, Tipografia di G.B. Paravia e Comp., Torino, 1869, p. 39.

Il tema della produzione su scala industriale del vermouth, naturalmente connesso a quello dell'esportazione in paesi esteri, viene ripreso anche da Carlo Anfosso nel suo intervento dedicato alle attività produttive più importanti della città, contenuto all'interno del volume «Torino 1880». Nel paragrafo dedicato alle industrie alimentari, tra paste e cioccolato, viene decantata la fama non solo locale quanto anche europea del vino liquoroso, il cui smercio ai mercati esteri viene descritto come uno dei più importanti traffici della città come del Piemonte, tanto che

«troviamo questa bevanda aromatica, battezzata almeno col nome di vermouth di Torino, in tutti gli spacci di liquori del mondo nuovo e del mondo vecchio[214]»,

214 Carlo Anfosso, *Torino industriale*, *cit.*, p. 802.

tra i quali è citata esplicitamente l'America, che risponde all'alta richiesta della bevanda rifornendosi in massima parte direttamente da Torino. Dopo aver sottolineato il *trend* ascendente di questo genere di attività, senza però avere l'ardire di prefigurarne il futuro, Anfosso si raccomanda che

«nessun forestiero parta adunque da Torino senza portar via almeno una cassetta dei vermouth del Cora, del Ballor, del Cinzano[215]»

215 *ibidem.*

menzionando alcune tra le case produttrici più rinomate, già introdotte, per l'alta qualità dei prodotti, nelle righe precedenti. Anche Antoine-Claude Valery, similmente, aveva consigliato, nel suo volume edito anni prima, la degustazione dell'eccellenza liquoristica torinese a quei forestieri che, visitando l'Italia, si fossero fermati nella capitale sabauda; distaccando infatti la bottega dove il vermouth ebbe origine, già conosciuta per gli ottimi prodotti e le materie utilizzate, scriveva

«on trouve chez Marendazzo d'excellentes liqueurs, telles que l'élixir de China-China et le vermout. Celui-ci, qui se prend avant de mettre à table, est un apéritif fort agréable[216]».

216 Antoine-Claude Valery, *L'Italie confortable: manuel du touriste, appendice aux voyages historiques, littéraires et artistiques en Italie*, Jules Renouard et c. Libraires, Parigi, 1842, p. 294.

Oltre a questi autori, soffermatisi su esercizi commerciali ed imprese, per loro giudizio, degne di nota, altri si sono dedicati ad elenchi e censimenti delle attività commerciali, più o meno completi ed esaustivi e suddivisi generalmente per categorie merceologiche, di cui abbiamo un massimo esempio nelle già esaminate guide Marzorati-Paravia[217]. Questi volumi riportavano liste di punti vendita, corredati spesso di indirizzi e nominativi dei proprietari di bottega, rientrando pertanto nella categoria delle guide delle persone, registrando indirettamente al tempo stesso cessioni di attività, come loro fallimenti e spostamenti in altri luoghi. Rilevati per quasi un secolo all'interno delle guide Marzorati come «distillatori-liquoristi», cui si aggiunsero, più nel dettaglio, i «fabbricanti di vermouth», gli stessi esercizi commerciali, con riferimento a singoli anni, sono appuntati nella «Guida generale illustrata della città di Torino»

217 vedi p. 74.

della ditta Galvagno[218], e ancora, seppur con un'inferiore completezza di dati, tra le «botteghe da liquori» nel volume «Alcune ore in Torino» di Andrea Covino[219] ed i «confettieri e liquoristi (vermouth)» della «Guida del viaggiatore» di Cesare Isaia[220]. Sul finire del secolo il patrimonio delle guide si arricchirà di quei volumi pubblicati in occasione delle grandi Esposizioni, dei quali abbiamo già citato «Torino 1880», redatto da ventisei autori differenti in occasione dell'Esposizione Nazionale di Belle Arti e Congresso Artistico Nazionale, volti a guidare i forestieri sia attraverso la città che attraverso gli eccezionali eventi. Con un primo volume anonimo nominato «Torino e le sue Esposizioni», si diede inizio, proprio a partire dal 1880, ad una successione di pubblicazioni ricche di curiosità sulla città, fornite di mappe ed illustrazioni e curate nell'immagine[221], che costituiscono una fonte fondamentale che ci aiuterà ad approfondire il tema del paragrafo successivo.

218 G. Galvagno, *Guida generale illustrata della città di Torino: anno 1869*, G. Baglione, Torino, 1869, p. 361.

219 Andrea Covino, *Alcune ore in Torino, piccola guida ad uso dei forestieri*, Tipografia C. Favale e c., Torino, 1873, p. 6.

220 Cesare Isaia, *Torino: guida del viaggiatore*, G. B. Paravia e Comp., Torino, 1894, p. 7.

221 Rosanna Roccia, *L'editoria*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VII: da capitale politica a capitale industriale (1864-1915)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2001, p. 882.

5.3 IL VERMOUTH ALLE ESPOSIZIONI
Il vermouth come simbolo della Torino ottocentesca

Con una storia che risale alla Francia rivoluzionaria, quando non oltre cento espositori si riunirono a Parigi in occasione della festa della fondazione della Repubblica con il fine di presentare pubblicamente i frutti della produzione nazionale, dando vita ad un evento con fortunata affluenza, le Esposizioni si diffusero in tutta Europa, giungendo rapidamente a Torino, di pari passo con l'armata napoleonica, per continuare a distribuirsi e crescere, in dimensioni e successo, nel corso di tutto il XIX secolo. Caratterizzate in principio da un fine perlopiù celebrativo, che vedeva anche alle prime manifestazioni torinesi l'esibizione di una maggioranza di produzioni legate all'artigianato di corte, le Esposizioni, organizzate con cadenza periodica, si fecero man mano occasione per la promozione del progresso nazionale, sia artistico che industriale, come dei prodotti di una qualche utilità da esso scaturiti[222], fino a diventare vere e proprie opportunità di confronto su scala internazionale. Il primo momento utile a questo scambio tra Paesi fu la *Great Exhibition* londinese del 1851, localizzata nell'area di Hyde Park ed incentrata sul tema della produzione industriale, le cui tecniche più moderne furono impiegate per la costruzione dell'edificio atto ad ospitare l'evento; con una struttura in ferro e vetro ed una superficie di oltre 80.000 metri quadrati nacque, sul modello dell'architettura delle serre, il *Crystal Palace*, assemblato in soli sei mesi, grazie all'intuizione del progettista Joseph Paxton di impiegare elementi modulari e riproducibili in serie, utilizzando un vero e proprio sistema pre-fabbricato[223]. Il carattere sovrannazionale di questo evento, cui assistette una folla consistente, stimolò un salto di scala che interessò le Esposizioni della seconda metà del secolo, organizzate con la progettazione e l'allestimento di appositi spazi di tipo temporaneo, le cui architetture principali, salvo alcune eccezioni, sarebbero state demolite o smontate e ricollocate in altri luoghi, come nel caso del *Crystal Palace* stesso. Immagini di una città plasmata dal progresso tecnico, le Esposizioni affiancarono al rigore dell'evento inglese la spettacolarità ricercata nelle manifestazioni parigine che, interessate ad attrarre grandi folle, sommarono alla rassegna di prodotti industriali ed artistici la presenza di attrazioni e divertimenti, facendosi specchio della società non solo nel campo del lavoro quanto anche in quello della vita sociale[224]. Si può parlare dunque di due modelli di organizzazione distinti che, presi ad esempio, influenzarono le Esposizioni di livello internazionale come nazionale, come accadde nel caso

222 Pier Luigi Bassignana, *Le esposizioni*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VI. La città nel Risorgimento (1798-1864)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2000, p. 787.

223 Nikolaus Pesvner, *Storia e caratteri degli edifici, cit.*, p. 295.

224 Pier Luigi Bassignana, *Lo specchio della trasformazione*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VII: da capitale politica a capitale industriale (1864-1915)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2001, p. 840.

di Torino, prima promotrice italiana di questo genere di eventi nel 1805, che si ritroverà a dover gestire, a seguito dell'Unità del Regno, il raffronto tra diverse realtà regionali, associate nella rappresentazione dello scenario produttivo italiano. La crisi del settore economico di una città dal futuro incerto, destinata a perdere il ruolo di capitale, si riflesse, fino al termine degli anni settanta del secolo, anche nell'ambito delle Esposizioni, le quali, secondo quanto dimostrato dalle esperienze più recenti, necessitavano di ingenti risorse ed una lunga e minuziosa preparazione per riscuotere un buon successo. Al termine di questo periodo, finalmente, un panorama produttivo più stabile permise di allestire una vetrina adeguata ai modelli di matrice europea, tramite l'organizzazione, su iniziativa della Società promotrice dell'industria nazionale, dell'Esposizione Generale Italiana del 1884, che si affiancava ad interventi di ampliamento e trasformazione del tessuto urbano, nei quali era inclusa la stessa opera di risistemazione del Parco del Valentino quale sede dell'evento, con il fine di rilanciare l'immagine della città torinese. La decisione di localizzare la manifestazione al Valentino portò alla scelta di costruire, a differenza dell'unico grande complesso realizzato per gli esempi di Londra e Parigi, una varietà di padiglioni, caratterizzati da un richiamo a stili del passato in analogia storica, geografica, artistica o letteraria con il rispettivo tema o contenuto[225], più facilmente collocabili in relazione alla morfologia del luogo e con maggiori possibilità di adeguamento al tipo di prodotti esposti. Strutture effimere e di celere costruzione, realizzate con tecniche nuove come con materiali tradizionali, si dispiegavano in una successione eterogenea di chioschi, padiglioni e gallerie, tra ispirazioni barocche, moresche, dorico greche[226] ed orientaleggianti, fino al Borgo Medievale ad opera di Alfredo D'Andrade, esemplificazione dell'architettura valdostana e piemontese di Quattro e Cinquecento. Questa serie di sperimentazioni in campo architettonico, affiancate da feste, balli ed attrazioni come la funicolare di Superga, diedero vita ad un evento vario cui parteciparono più di quattordicimila espositori, ripartiti in otto divisioni, comprendenti dalle Belle Arti alle Industrie meccaniche, così come quelle estrattive e manifatturiere, passando per l'Economia rurale. Proprio in quest'ultima sezione trovarono posto i produttori di vermouth, che, inclusi nella sottocategoria dell'industria agricola e ancora inseriti nella classe della viticoltura, vinificazione e bevande artificiali[227], poterono così sfruttare un'importante vetrina per diffondere l'eccellenza liquoristica del territorio, facendola conoscere ai quasi tre milioni di visitatori che presero parte alla manifestazione. Con un numero di partecipanti di quasi ottocento unità, provenienti da regioni differenti, la sezione della viticoltura e bevande artificiali dimostrava il ruolo trainante del ramo enologico per il settore agricolo italiano, esponendo, tra le altre cose, saggi di vite e frutti, svariati strumenti utili alla coltivazione del suolo ed al raccolto, apparecchi e recipienti per il confezionamento di liquori e bibite e disegni di stabili per la produzione di vini, vermouth, birre, sidri e aceti[228]. Ne consegue che la mostra agraria nel complesso fosse impossibile da racchiudere in un solo edificio, il quale da solo non sarebbe stato sufficiente a contenere la vastità delle materie contemplate, così che l'esposizione dei vini, ad esempio, fu divisa in due parti, una all'interno di una galleria riservata alle case più affermate, l'altra all'interno della «Cantina Modello», con partecipanti i produttori minori conosciuti in ambito provinciale[229]. In tema di vermouth e liquori presenziarono per il Piemonte Carpano, Cinzano, Martini e Rossi, Freund Ballor, tra i più rinomati, e ancora Audifreddi, Alliani e Bergia, per citarne solo alcuni, espo-

225 Augusto Sistri, *Immagini della modernità e cultura architettonica*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VII: da capitale politica a capitale industriale (1864-1915)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2001, p. 856.

226 *ibidem*.

227 Luigi Arcozzi-Masino, *L'agricoltura alla Esposizione Nazionale in Torino 1884*, Tipografia e Litografia Camilla e Bertolero, Torino, 1884, p. 32.

228 Esposizione Generale Italiana 1884, *Guida ufficiale: brevi cenni sulla città e dintorni con piante*, Unione Tipografico Editrice, Torino, 1884, p. 269.

229 Luigi Arcozzi-Masino, *L'agricoltura alla Esposizione Nazionale in Torino 1884, cit.*, p. 30.

nendo piramidi di bottiglie di vermouth con etichette eleganti e decori di ogni sorta, tra fiori e tralci di vite, accompagnate da altre specialità, tipiche di ogni ditta, come l'amaro Cora, l'elixir China di Carpano o l'anisette di Martini; nella cronaca illustrata dedicata all'Esposizione si ricorda con curiosità

«un elegante espositore […] il signor Baralucci di Chieti, il quale in un'altissima piramide, bizzarra ed elegante, dispone delle curiose bottiglie di terra, dalla forma pompeiana, contenenti un liquore ch'egli chiama Corfinium[230]».

Tra i numerosi chioschi disseminati nel verde del parco che, come abbiamo visto in precedenza, si occupavano di animare l'Esposizione, dando vita ad una sorta di città nella città, trovavano posto, affiancati da svariati ristoranti e birrerie, Carpano e Cinzano, di cui abbiamo notizie grazie ad alcune rassegne appositamente dedicate a questo tipo di architetture, sempre comprese all'interno della cronaca illustrata. Il primo, con un chiosco dedicato al «miglior vermouth del mondo», si collocava in quello che viene chiamato il viale degli ippocastani, con un sistema a pianta quadrata, in pietra, per due terzi dell'altezza della struttura, ed in legno, per la restante parte e la copertura, dotato di quattro aperture e posizionato in prossimità degli espositori della casa editrice Roux e Favale e dei fratelli Buscaglione produttori di oggetti in terracotta[231], mentre il secondo, sempre quadrangolare, ma eseguito in legno lavorato e dorato, sembrava rifarsi allo stile del Padiglione Reale[232]. Quest'ultimo, con due ingressi che conducevano ad un interno, di pianta rettangolare, composto da sei ambienti minori distribuiti a destra e sinistra di una sala centrale, era infatti ugualmente realizzato in materiale ligneo, con rovere intagliato a produrre decori e

230 Arcozzi Masino, *Le bevande all'Esposizione*, in *Torino e l'Esposizione Italiana del 1884: cronaca illustrata,* Roux e Favale e Fratelli Treves Editori, Torino, 1884, p. 418.

231 G. Saragat, *I chioschi all'Esposizione I*, in *Torino e l'Esposizione Italiana del 1884: cronaca illustrata,* Roux e Favale e Fratelli Treves Editori, Torino, 1884, p. 346.

232 G. Saragat, *I chioschi all'Esposizione II*, in *Torino e l'Esposizione Italiana del 1884: cronaca illustrata,* Roux e Favale e Fratelli Treves Editori, Torino, 1884, p. 379.

La Galleria Enologica all'Esposizione Italiana del 1884

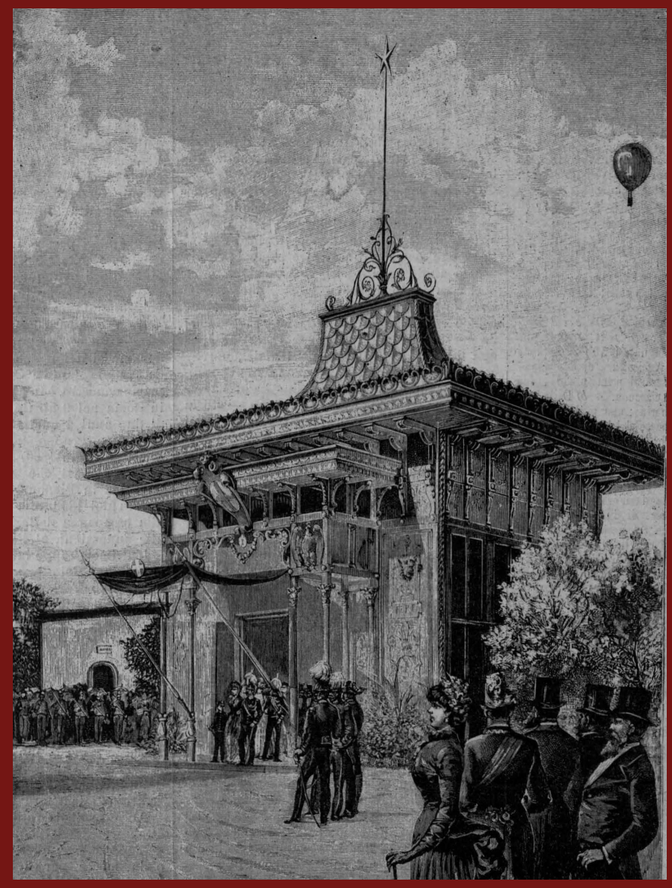
incisione stampata, 1884

(da: Torino e l'Esposizione Italiana del 1884, 1884, p. 433)

pannelli dipinti ed arricchito con dorature, sormontato da una copertura in zinco a raggiungere l'altezza di quindici metri[233]. Infine secondo quanto riportato, recandosi a questi chioschi, era possibile usufruire di una degustazione gratuita di vermouth, fatta eccezione per i giorni della domenica, nei quali queste diventavano a pagamento, senza tuttavia portare ad una diminuzione della clientela[234], a dimostrazione, ancora una volta, dell'enorme successo ed apprezzamento di questa bevanda tipica di Torino.

233 Esposizione Generale Italiana 1884, *Guida ufficiale: brevi cenni sulla città e dintorni con piante, cit.*, p. 314.

234 G. Saragat, *I chioschi all'Esposizione II, cit.*, p. 379.



Il Padiglione Reale all'Esposizione Italiana del 1884

Ettore Ximenes, incisione stampata

(da: Torino e l'Esposizione Italiana del 1884, 1884, p. 64)

CAPITOLO 6

il passaggio alla *produzione industriale.*

6.1 L'UNITÁ E LA RICONVERSIONE DELL'ECONOMIA TORINESE
Il passaggio alla produzione industriale

Abbiamo precedentemente analizzato come le politiche liberiste di Cavour abbiano contribuito, fin dagli anni Quaranta del XIX secolo, a rafforzare il ruolo delle attività commerciali all'interno del panorama economico piemontese, le quali, favorite nella risposta alle opportunità di mercato da maggiori libertà in materia di scambi, giunsero ad impiegare, alle soglie dell'Unità d'Italia, circa il 15% della popolazione attiva all'interno della città. Questa si affiancava, nella costituzione del 60% della forza lavoro sul totale della cittadinanza torinese, a militari e funzionari statali, figure impegnate nel settore pubblico, tra libere professioni e servizi sanitari, ed una maggioranza di produttori, quali lavoratori agricoli, vari artigiani ed operai del ramo tessile o militare[235], costituendo un ambito nel quale, come abbiamo più volte sottolineato, l'attività di scambio si intrecciava con quella di fabbricazione dei prodotti. Fino alla metà del secolo infatti, Torino, sempre più prossima a farsi guida del nuovo Regno, mancava di un insieme di industrie di matrice moderna, lo stesso insieme che, una volta decretato lo spostamento della capitale a Firenze nel 1864, salverà la città da un futuro incerto e contribuirà a valorizzarla, recuperando il fallimento del piano di Torino centro di riferimento economico ed amministrativo della penisola.

Alle soglie dell'Unità Torino, ispirandosi agli esempi di altre illustri capitali europee, puntava a rafforzare il proprio primato, incrementando i servizi finalizzati ad accogliere le istituzioni tramite la realizzazione di monumenti ed edifici solenni, accompagnati ad opere di generale miglioramento ed abbellimento del nucleo urbano, da coordinarsi ad una gestione di mo-

235 Fabio Levi, *Da un vecchio a un nuovo modello di sviluppo economico*, in Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VII: da capitale politica a capitale industriale (1864-1915)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2001, p. 8.

deste spinte espansive generate da continuativi flussi migratori in entrata. Capitale del Regno sabaudo ancor prima di essere, seppur brevemente, capitale del Regno d'Italia, Torino fu infatti oggetto di uno sviluppo che, stimolato dai fenomeni di inurbamento verificatisi già a partire dal periodo della Restaurazione, venne controllato con l'applicazione di piani studiati nella misura degli spazi pubblici e nella coerenza tipologica, caratterizzati da una serie di vincoli, propri dei modelli settecenteschi, che inizieranno ad essere attenuati solo a partire dalla metà del secolo[236]. Nello stesso periodo prenderanno forza alcune direttrici di espansione, in particolare a nord, in continuazione della zona di Porta Palazzo oltre la Dora, come in direzione della Cittadella e verso sud, dove verrano avanzate ipotesi per la localizzazione, oltre il viale del Re, di apparati statali, come l'importantissimo polo ferroviario[237], fino alla definizione, negli anni Cinquanta, del nuovo *Piano d'ingrandimento della Capitale* per una complessiva razionalizzazione del tessuto urbano. Questo, studiato dallo storico ed architetto Carlo Promis e revisionato in una struttura urbana dai caratteri architettonici uniformi, connessi alla rigida regolamentazione settecentesca, che troverà solo parziale realizzazione, delineava una struttura rigorosa, sostenuta, nei sistemi regolari di assi, piazze ed isolati, dai prolungamenti delle arterie principali della città di Antico Regime, con centri polarizzanti, capaci di stimolare processi di rendita di posizione per le aree limitrofe, a gerarchizzare e rompere l'uniformità della maglia urbana[238].

Il *Piano fuori Porta Nuova*, l'*Ingrandimento parziale fuori di Porta Susa e regione Valdocco* e l'*Ingrandimento parziale della città nel quartiere Vanchiglia e sue attinenze*, insieme al progetto di ingrandimento verso l'ex Cittadella, studiato per isolati porticati a seguito della scelta di smilitarizzare l'area, definirono

236 Paolo Sica, *Storia dell'urbanistica: l'Ottocento*, Editori Laterza, Bari, 1977, p. 521.

237 Vera Comoli Mandracci, *Urbanistica e architettura*, *cit.*, p. 399.

238 *ibidem*, p. 416.

poi, per settori coerenti, l'intelaiatura della pianificazione urbanistica ottocentesca. Il primo, insistente sull'area della piazza d'Armi e della stazione ferroviaria, la cui collocazione era da decidersi, prevedeva l'applicazione di un disegno unificante per la creazione di un nuovo centro insediativo che, urbanizzato tramite un piano di lottizzazione pubblica, avrebbe contribuito a rafforzare il ruolo della via Nuova all'interno della conformazione urbanistica cittadina, diluendo lo storico centro attrattivo delle attività più importanti, corrispondente alle piazze Castello e San Carlo. Allo stesso modo verso ovest fu rilevante la localizzazione dello snodo ferroviario per Novara, elemento cardine, insieme a piazza dello Statuto, della nuova area di ampliamento residenziale e terziario a ridosso della Cittadella, ricucita al tessuto urbano di matrice storica dall'asse commerciale di via Doragrossa, mentre a nord-est la vicinanza delle acque della Dora favorì l'inclinazione produttiva di una zona difficile e poco salubre. Il decennio preunitario si pose dunque come un'importante opportunità di sviluppo che, con operazioni edilizie a grande scala, programmate all'interno di un piano urbanistico realizzabile per fasi integrate e caratterizzate dalla presenza di costruzioni rilevanti e rappresentative, andrà a segnare notevolmente l'immagine della città, definendola anche nei suoi limiti fisici. L'espansione del nucleo urbano portò infatti al tracciamento di una cinta daziaria allargata, svincolata dalla presenza di strutture fisiche di tipo difensivo, che, in aggiornamento della precedente risalente al 1845, includesse aree urbanizzabili in un perimetro più esteso, come le zone ovest e sud, l'area produttiva nord e nord-ovest in prossimità della Dora ed una limitata fascia precollinare, dividendo il settore interno, regolato, da quello esterno, con le barriere soggette a normativa solo in un momento successivo[239].

239 *ibidem*, p. 428.

La città impegnò dunque la prevalenza delle proprie risorse negli interventi a carattere edilizio, tra ampliamenti, snodi ferroviari e costruzione di edifici emblematici, forte della sua posizione di centro politico ed amministrativo, lungamente sostenuta durante il Regno sabaudo, come di centro finanziario, grazie alla vicinanza delle maggiori banche transalpine, salvo poi dover fronteggiare le numerose difficoltà sorte con lo spostamento della capitale, fatto che rimise in discussione le certezze ed il futuro di Torino. La dipartita della corte nel giugno del 1865 comportò un allontanamento di tutti gli apparati connessi al potere o da esso avvantaggiati, tra uffici pubblici, banche e società, andando a colpire anche la sfera produttiva; con lo spostamento di stabilimenti per la fabbricazione di armi e materiale ferroviario ad uso dello Stato, accompagnato da una crisi delle produzioni di lusso, che coinvolse laboratori artigiani e svariati esercizi commerciali, si scatenò un generale indebolimento della vita cittadina[240], con un ritorno negativo sia in termini economici che sociali. La difficoltà di molti settori, da quello agrario, tra i più colpiti, a quello edilizio, che, interessato da un drastico calo degli investimenti per la costruzione di nuovi immobili, concorse a sua volta a scardinare il sistema finanziario, si tradusse in un rapido aumento della disoccupazione, facilitato dai consistenti flussi in uscita di personale qualificato concomitanti alla perdita del ruolo di capitale, mentre permaneva in città una maggioranza con scarse risorse ed inferiori capacità. Proprio il numero consistente di forza lavoro scarsamente qualificata, insieme alla ormai sfumata possibilità di valorizzazione della città come riferimento di un territorio con centri più preparati in campo commerciale come finanziario, concorsero a creare condizioni favorevoli per lo sviluppo di un futuro nel ramo industriale, che potesse assicurare a Torino

240 Fabio Levi, *Da un vecchio a un nuovo modello di sviluppo economico, cit.*, p. 16.

una permanenza di rilievo all'interno della rete urbana italiana[241]. In un primo momento la città non fu in grado di sfruttare pienamente le potenzialità nel settore, che presentava un numero di attività produttive non indifferente, ma ancora limitato, nei più comuni campi meccanico e metallurgico, ad una dimensione perlopiù artigianale, cui rimase legato, nonostante lo sporadico insediamento di fabbriche più imponenti all'interno del tessuto cittadino, fino al termine del secolo. Proprio le realtà a carattere artigiano, all'interno delle quali gli operai addetti alle lavorazioni possedevano buone abilità e competenze professionali, furono fondamentali per sprigionare una sapienza, in campo tecnico come imprenditoriale, che si rivelerà di primaria importanza per lo sviluppo delle vocazioni industriali torinesi[242].

In un contesto nazionale dominato prevalentemente da industrie siderurgiche ed elettriche, la Torino di inizio Novecento seppe affermare la propria specificità sviluppando il ramo dell'industria meccanica, impegnandosi nei settori produttivi meno diffusi sul resto del territorio, come quello delle automobili, senza che tuttavia altri ambiti di inferiore carattere innovativo, come quello tessile o alimentare, perdessero la loro importanza[243]. Il settore agricolo ad esempio, colpito da profonda crisi, seppe avvicinarsi alla sfera della produzione industriale modernizzando le proprie attività, coinvolgendo anche il ramo vitivinicolo che, orientato ad una specializzazione delle produzioni in risposta alle esigenze dei mercati internazionali, vide la crescita di importanti aziende enologiche, come Martini & Rossi e Cinzano, dotate di ampie proprietà per la coltivazione, la fabbricazione e la commercializzazione di vini e vermouth[244].

241 Guido Alfani, *Demografia e società (1861-1911)*, in Giuseppe Berta (a cura di), *Torino Industria: persone, lavoro, imprese*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 2008, p. 29.

242 Stefano Musso, *Il lavoro e la città*, in Giuseppe Berta (a cura di), *Torino Industria: persone, lavoro, imprese*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 2008, p. 114.

243 Fabio Levi, *Da un vecchio a un nuovo modello di sviluppo economico, cit.*, p. 52.

244 *ibidem*, p. 56.

6.2 LA MODIFICA DELLO SCENARIO INDUSTRIALE CITTADINO
Il passaggio alla produzione industriale

In un panorama nazionale che, al principio del XX secolo, registrava una distribuzione diffusa di stabilimenti industriali, Torino ed il Piemonte presentavano condizioni favorevoli per la crescita del settore, così come per un'ampliamento ed una strutturazione dello stesso in relazione ai comparti già avviati che, progressivamente dotati di servizi migliorati come quelli legati alla fornitura dell'energia elettrica, entrata trionfalmente in scena con l'Esposizione nazionale del 1884, potevano svincolarsi dalle tradizionali sedi in prossimità dei corsi d'acqua[245]. Proprio l'elettricità contribuì infatti a sviluppare nuove zone di insediamento all'interno del nucleo urbano, modificando la localizzazione delle manifatture e, conseguentemente, la geografia cittadina nel suo complesso, che rimase tuttavia ancora segnata dalla presenza dei precedenti agglomerati artigianali e industriali. Al concludersi del primo decennio del Novecento, la maggioranza dei settori, compreso quello dei commestibili, diviso tra produzione di liquori e cioccolato ed ancora ampiamente strutturato, come i rami della maglieria e le calzature, su un sistema di matrice artigianale, disponevano di fabbriche di dimensioni considerevoli, arrivando a pesare per un 26% sul totale delle industrie presenti in città[246]. Necessari di forza motrice, gli stabilimenti di maggiori dimensioni si erano dovuti raccogliere, nel corso dell'Ottocento, nella zona nord di Torino, in posizione favorevole allo sfruttamento tramite canalizzazione delle acque del fiume Dora, fondamentali per la produzione di energia idraulica, costituendo una prima concentrazione parallela alle zone centrali, tradizionalmente dense di botteghe ed attività artigiane minori, nel tempo diluite anche verso ovest e

245 Associazione Culturale Maurilia (a cura di), *Via Nizza 224: il profumo del vermuth*, Città di Torino, Ecomuseo Urbano della Circoscrizione 9, Torino, 2008, p. 17.

246 Stefano Musso, *Il lavoro e la città*, *cit.*, p. 116.

sud. I quartieri settentrionali di Aurora, Vanchiglia e San Donato, impiegando quasi il 40% degli operai presenti in città, riportarono una forte diversificazione del settore, tra stabilimenti legati alle lavorazioni del legno, del cuoio, della carta, dei metalli e dei tessuti, senza tralasciare le industrie meccaniche, chimiche ed alimentari, che insieme costituirono l'area del primo sviluppo industriale[247]. Ancora più a nord, grandi comparti industriali, come la Manifattura tabacchi in Regio Parco, caratterizzavano l'area più periferica e vi favorivano l'insediamento operaio, tanto che, alcune realtà come la stessa Manifattura, adibivano locali e strutture a sposare le esigenze dei propri dipendenti, tra mense, luoghi di svago, asili e scuole. A questi primi comparti industriali si aggiunse, in un secondo momento, la zona sud ovest, favorita, come abbiamo precedentemente visto, dalla distribuzione dell'energia elettrica, che permise la dislocazione di fabbriche di elevate dimensioni nelle zone di Crocetta, borgo San Paolo e barriera di Nizza le quali, localizzate a ridosso della cinta daziaria ed in posizione favorevole rispetto ai collegamenti ferroviari[248], offrivano benefici economici ad aziende ed operai, grazie ai risparmi su materiali, terreni, affitti e beni di prima necessità in generale[249]. Tra piccole aziende ed una grossa fetta di industrie meccaniche, l'area registrò un'importante crescita anche in relazione al settore edilizio, con realizzazioni consone ad accogliere un significativo aumento della popolazione industriale che, richiamata dalle campagne circostanti, si localizzava per la maggioranza in borghi e barriere, andando a costituire la quasi totalità dell'incremento demografico dell'epoca. Proprio i borghi esterni saranno interessati infatti, a partire dal 1906, da un piano regolatore generale elaborato dall'amministrazione per orientare lo sviluppo spontaneo di questa «città operaia», regolata fino ad allora da logiche di

247 *ibidem*, p. 117.

248 *ibidem*, p. 118.

249 Associazione Culturale Maurilia (a cura di), *Via Nizza 224: il profumo del vermuth*, *cit.*, p. 16.

mercato, riveduto successivamente, in seguito all'abbattimento della vecchia cinta daziaria nel 1912, con la pianificazione di attrezzature e attività di *zoning*[250]. I territori di campagna, che abbiamo visto essere origine di forza lavoro indirizzata verso i nuclei urbani con prospettive di stabilità, furono marginalmente coinvolti dal fenomeno della crescita industriale che, concentrata all'interno delle città per una favorevole gestione dei traffici e delle operazioni finanziare[251], necessitava comunque di alcune risorse provenienti dai territori extraurbani, fondamentali per la produzione di determinati settori, come quello vitivinicolo di nostro interesse.

Proprio la maggior facilità di approvvigionamento e reperibilità delle materie prime necessarie alla produzione spinse alcuni tra i più illustri produttori di vermouth a distribuire i propri stabilimenti industriali in zone esterne alla città, potendo ormai contare sulla solidità di un marchio affermato all'interno del capoluogo piemontese, conosciuto grazie alla fama acquisita all'interno di piccole rivendite e liquoristerie localizzate nel centro urbano. Se la prossimità dei vitigni spinse dunque case come Cinzano e Cora a trasferirsi nei territori di campagna delle province di Alba ed Asti, potendo così contare su un prezzo favorevole per l'acquisto del vino privo di ulteriori oneri dovuti al trasporto, la vicinanza di importanti interscambi ferroviari ed un collocazione strategica rispetto alla cinta daziaria si rivelarono ulteriori fattori fondamentali, guida per la dislocazione di altri grandi stabilimenti industriali di vermouth, tra i quali ritroviamo Martini, spostato a Pessione lungo il collegamento Torino-Genova, e Carpano, ricollocato a Lingotto[252]. Prima di concentrarci proprio sulla realtà di Carpano per analizzarla più approfonditamente come caso studio, vale la pena soffermarsi, più in generale, sul passaggio dalla bottega all'industria e sui

250 Paolo Sica, *Storia dell'urbanistica: l'Ottocento, cit.*, 533.

251 Fabio Levi, *Da un vecchio a un nuovo modello di sviluppo economico, cit.*, p. 57.

252 Fulvio Piccinino, *Il vermouth di Torino, cit.*, p. 103.

cambiamenti che il salto di scala ha inevitabilmente provocato rispetto alla lavorazione ed il confezionamento della bevanda eccellenza torinese.

6.3 L'INDUSTRIA DEL VERMOUTH
Il passaggio alla produzione industriale

Ad una realtà ottocentesca dalla forte caratterizzazione commerciale, contraddistinta da poli urbani densi di botteghe e laboratori, luoghi di produzione, vendita e consumo delle merci, segue dunque uno scenario inizio novecentesco dominato dalla nascita di nuovi agglomerati e complessi industriali, volti a rafforzare l'incerta economia torinese, convertendosi nel settore trainante la città. Mentre le piccole realtà artigiane si trasformano pertanto in modelli dai quali ereditare metodi e conoscenze, un numero sempre più ampio di ambiti, tra i quali quello della produzione di vermouth e liquori, si preoccupa di ampliare la propria attività, fondando stabilimenti al passo con i più recenti aggiornamenti tecnici, opportunamente attrezzati e pronti ad impiegare una quantità crescente dell'abbondante manodopera disponibile.

Anche in questo caso, come per gli spazi legati alla produzione artigianale del vermouth, con il laboratorio, la cantina ed il magazzino, analizzati e ricostruiti nei capitoli precedenti grazie al supporto della manualistica indirizzata al lavoro del liquorista, le fonti scritte, tra monografie dedicate alla bevanda come alle più rinomate case produttrici, risultano fondamentali per risalire alla realtà dei moderni stabilimenti, fornitori di esercizi commerciali minori ed esportatori esteri del vino liquoroso. Secondo quanto riportato da Arnaldo Strucchi ai principi del XIX secolo, all'interno di uno dei testi più auto-

revoli in materia di vermouth, gli stabilimenti dedicati alla preparazione delle bevanda alcolica potevano sostanzialmente dividersi di due categorie, di cui una, comprensiva dell'addizionale operazione di vinificazione delle uve per la produzione di vino bianco, necessaria di ulteriori locali rispetto alla seconda, dedicata alla sola lavorazione del vino aromatizzato[253]. Oltre ad uno spazio destinato al ritiro dell'uva, quale un cortile di dimensioni sufficienti all'operazione, dotato, all'ingresso, di strumenti per la pesa della merce ricevuta e di una copertura sotto la quale posizionare la stessa, la prima tipologia doveva disporre, alla medesima quota, di una tinaia per la pigiatura dell'uva, tanto ampia da poter contenere la massima quantità di vino ricavabile in annate propizie[254] e conformata secondo i medesimi principi degli antichi locali delle botteghe che, grazie ad un'inclinazione del pavimento, permettevano la raccolta di eventuali perdite di liquidi entro un bacino interrato[255]. Fornita di sistemi per il riscaldamento ed il ricambio d'aria all'interno dell'ambiente, necessario di un grado di umidità controllato, la tinaia ospitava la prima fase della fermentazione, da proseguirsi, attraverso un processo più lento e moderato, all'interno di apposite cantine che, simili al locale precedente, dovevano consentire un'ottimale regolazione della temperatura ed essere pertanto collocate in un luogo non eccessivamente caldo, nuovamente al pian terreno o solo parzialmente interrate, mentre le cantine per l'invecchiamento dei vini, ugualmente agli spazi già presenti a completamento dei piccoli laboratori artigianali, bui, attentamente ripuliti, poco ventilati ed il più possibile isolati dagli ambienti esterni per evitare dannose variazioni delle condizioni interne, completavano il processo di lavorazione del prodotto[256]. Agli spazi per il prelievo ed il deposito dell'uva, la tinaia e le cantine dedicate alla fermentazione si sommavano

253 Arnaldo Strucchi, *Il vermouth di Torino: monografia*, Tipografia Cassone, Casale Monferrato, 1907, p. 151.

254 *ibidem*, p. 153.

255 Pietro Valsecchi, *Nuovo ed unico manuale completo del distillatore-liquorista, cit.*, p. 120.

256 Giulio Mussi Gallarati, *Processo ed istruzioni pratiche introno alla formazione dei vini da tino, cit.*, p. 24.

poi ulteriori locali, presenti in entrambe le tipologie di stabilimenti distinte da Strucchi[257], dove il vino, elaborato all'interno della fabbrica o ritirato da produttori esterni, veniva sottoposto alle procedure di aromatizzazione volte a confezionare un buon vermouth. Oltre ai molteplici magazzini, diversi in numero, dimensioni e localizzazione a seconda dell'entità della singola industria e dedicati a merci quali zucchero, spezie ed alcol, con quest'ultimo, utile a fortificare le miscele, necessario di un locale dai muri spessi, ben isolato e distanziato dal resto della fabbrica[258], costituiva il fulcro dello stabilimento lo spazio dedicato alle fasi di taglio, concia, pastorizzazione ed invecchiamento del vermouth, da eseguirsi in ampie vasche e moderni tini in cemento e vetro[259]. Questi

«muniti di sportelli, spine, tubi di vetro indicatori del livello del liquido entro il tino, robinetti per gli assaggi, valvole […] si verniciano e muniscono delle necessarie indicazioni, numero progressivo, capacità in litri[260]»

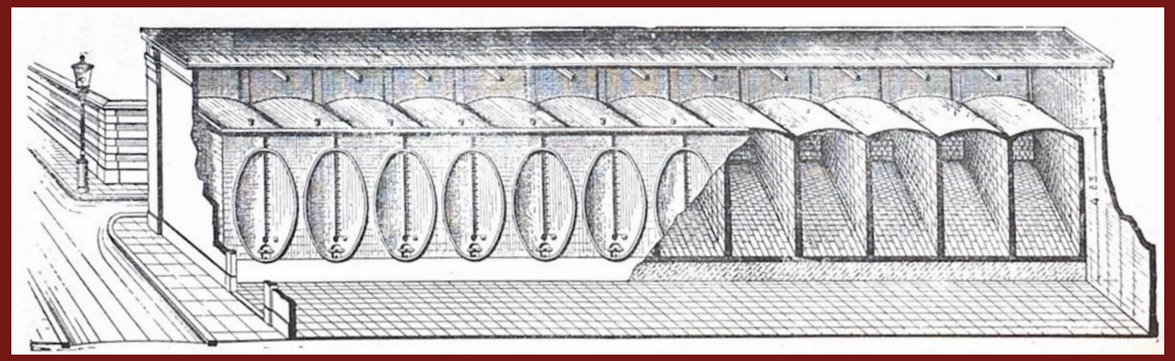
presentando, grazie ai materiali impiegati, elevate durabilità e stabilità, facilità di pulizia, bassa probabilità di sviluppo di depositi e muffe e conseguente possibilità di mantenere inalterato il prodotto conservato al loro interno. Con costi relativamente limitati rispetto ai recipienti in legno ed una maggiore facilità per lo sfruttamento delle aree disponibili, i tini in cemento e vetro potevano quindi essere costruiti in successione all'interno di spazi sotterranei come esterni, grazie anche alla marginale necessità di conservare il vermouth in ambienti freschi, dovendo però sempre garantire passaggi e zone utili al controllo dell'integrità dei contenitori ed alla loro eventuale riparazione. Da ultimo il prodotto finito, corretto in gradazione alcolica e

257 Arnaldo Strucchi, *Il vermouth di Torino: monografia, cit.*, p. 151.

258 *ibidem*, p. 156.

259 B. Saladini di Rovetino, *Carpano: 1786, cit.*

260 Arnaldo Strucchi, *Il vermouth di Torino: monografia, cit.*, p. 149.



Interno di uno stabilimento con tini in cemento e vetro per il deposito di vermouth
stabilimento Martini & Rossi, Pessione
(da: Arnaldo Strucchi, 1907, p. 148)

colore, veniva imbottigliato e sigillato all'interno del magazzino di condizionamento, il quale poteva essere ancora distinto, nel caso di stabilimenti di una certa entità, da un locale per l'esclusivo lavaggio e successiva asciugatura dei recipienti con macchinari appositi, per trasferire infine le bottiglie nell'area di imballaggio e spedizione che, dotata di un peso a bascule, poteva risolversi in uno spazio chiuso o una semplice tettoia quanto meglio collegate alla stazione ferroviaria o ad altre vie di inoltro della merce[261]. Locali per la costruzione di casse o barili, uffici e laboratori per il controllo qualità potevano completare il corpo di fabbrica delle industrie più importanti[262], con una dimensione ed una disposizione degli ambienti variabile, influenzata dalla capacità produttiva della singola azienda, dalla disponibilità di superfici utilizzabili e dalla sua localizzazione all'interno del tessuto urbano.

Come determinato dal Regio decreto legge n. 1696 del novembre 1933, interessante per la sua specificità che, mirata all'esclusiva «disciplina della preparazione e del commercio del vermut», aiuta a comprendere la rilevanza del settore di nostro interesse all'interno del panorama economico inizio novecentesco, i progetti delle industrie erano uno dei documenti che era indispensabile allegare per l'ottenimento della licenza di produttori di «aperitivi a base di vino», rilasciata dal Ministero dell'agricoltura e delle foreste[263]. Senza norme predeterminate, i disegni da presentarsi a completamento di informazioni relative la sede, la capacità produttiva e le apparecchiature dello stabilimento dovevano riportare una planimetria dei locali completa di dimensioni ed affiancata da una descrizione particolareggiata degli stessi; su questi il Ministero possedeva facoltà di intervenire richiedendo modifiche, adeguamenti o completamenti volti a garantire una maggiore efficienza dell'at-

261 *ibidem*, p. 156.

262 Maynard Alexander Joslyn, *Commercial production of dessert wines*, University of California, Berkeley, 1940, p. 63.

263 Gazzetta Ufficiale del Regno d'Italia, anno XIV, n. 302, Roma, 1935, p. 5775.

tività produttiva, nonché di vigilare costantemente sul corretto funzionamento delle strutture, previa la concessione dell'autorizzazione a proseguire nello svolgimento della professione[264].

264 *ibidem.*

6.4 APPROFONDIMENTO DI UN CASO STUDIO: LA SOCIETA' CARPANO
Il passaggio alla produzione industriale

Dopo aver analizzato l'impostazione industriale assunta dalla Torino di inizio secolo ed esserci soffermati sulle generiche caratteristiche e gli spazi propri dei primi stabilimenti per la produzione di vermouth vale la pena approfondire il caso studio dell'azienda Carpano che, con una storia che abbiamo visto iniziare già nel Settecento con la creazione originale della bevanda, manterrà la propria fama, confermandosi, anche ai principi del Novecento, tra i massimi produttori di vermouth di tutto il Piemonte. Alle soglie del XX secolo l'azienda Carpano continuava infatti a crescere per importanza e raggiungeva ormai una certa complessità organizzativa; alla storica bottega sita al numero 18 di Piazza Castello, deputata alla vendita al minuto del vermouth e sede ufficiale della società, si aggiungeva, in Piazza Vittorio Emanuele II, un esercizio commerciale per la vendita all'ingrosso, mentre due magazzini collocati al di fuori dell'allora cinta daziaria integravano il complesso di proprietà dei fratelli Luigi ed Ottavio, terza generazione di produttori[265]. Con un deposito situato a Carmagnola, luogo caratterizzato dalla presenza diffusa di erbe aromatiche e conseguentemente strategico alla loro raccolta, il magazzino in Barriera di Nizza, grazie al fenomeno della crescita industriale che spingerà la società Carpano ad aggiornare i propri modelli produttivi seguendo le indicazioni raccomandate da Strucchi nel 1907, rivelerà un potenziale utile alla trasformazione in principale stabilimento

265 Associazione Culturale Maurilia (a cura di), *Via Nizza 224: il profumo del vermuth, cit.*, p. 65.

dell'azienda. La sua collocazione in via Narzole 5 all'interno di un'area in progressiva urbanizzazione, ancora caratterizzata da un paesaggio che, almeno fino alla sua inclusione entro strategie e piani volti ad orientare, con l'allargamento della cinta daziaria del 1912, lo sviluppo dei borghi periferici, si situava a metà tra la campagna ed il quartiere operaio[266], permetteva di godere di una posizione particolarmente favorevole. Oltre ad avvantaggiarsi per qualche decennio dei benefici economici legati ad un'ubicazione suburbana, che consentiva di evitare il sistema di imposte connesso al perimetro daziario, l'estrema prossimità del magazzino a via Nizza, principale direttrice dello sviluppo industriale torinese del XX secolo, consentirà all'azienda di sfruttare importanti vie di scambio commerciale in direzione sud, a collegarsi con i limitrofi territori agricoli come con lo scalo portuale di Genova[267], permettendo di ricevere agevolmente le materie prime necessarie alla produzione, quali le droghe raccolte nel deposito di Carmagnola, e spedire, al tempo stesso, la merce venduta. Con addizionali buone opportunità di comunicazione anche in rapporto al centro cittadino, grazie alla presenza, dal 1876, dell'omnibus a cavalli che connetteva piazza Castello alla porta daziaria di piazza Carducci, sostituito, una trentina d'anni dopo, dal tram elettrico, inizia dunque ad originarsi la storia dello stabilimento industriale Carpano. L'impianto produttivo dell'azienda, che subirà una successione di modifiche e rifacimenti per arrivare alla configurazione finale, risale alla seconda metà dell'Ottocento ed appartiene alla categoria di industrie dedicate alla sola lavorazione del vermouth senza precedenti operazioni di vinificazione delle uve, rientrando pertanto nella seconda tipologia delle due indicate da Strucchi nel suo manuale monografico. In ragione di questo il primo stabilimento, del quale si trova già traccia in docu-

266 Leonardo Gambino, *Il Lingotto una volta: voci e immagini di un sobborgo di Torino nei primi decenni del Novecento*, Città di Torino, Circoscrizione 9 Nizza-Lingotto, Torino, 1998, p. 22.

267 *ibidem*, p. 21.

menti risalenti al 1888[268], doveva presentare un'organizzazione piuttosto semplice, per quanto sia ragionevole ipotizzare confrontando la planimetria per un progetto di *Casa a due piani fuori terra e soffitta* di proprietà del signor Giovanni Beltrametti risalente al 1909, nel quale è indicata l'adiacente «proprietà Carpano»[269], con la porzione ovest del complesso presente nei successivi disegni dell'industria, non essendo infatti possibile risalire ai progetti originali. Quattro maniche con copertura a doppia falda ad altezza uniforme, accoppiate in due L dissimili per profondità dei fabbricati, erano posizionate lungo i lati di un lotto rettangolare a delimitare una corte centrale, definendo così una serie di spazi riconducibili ai locali essenziali indicati dalla manualistica come utili alla ricezione, la conservazione, la lavorazione, l'imballaggio e la spedizione della merce analizzati nel paragrafo precedente, mentre un secondo cortile cintato di forma trapezoidale, alle spalle del magazzino, distanziava i corpi di fabbrica dal passaggio della linea ferroviaria sul lato ovest[270]. A questo nucleo originale va ad accorparsi una prima addizione risalente all'anno 1912, epoca della formazione della nuova cinta daziaria, costruita, tra sezioni in mattoni affiancate a parti in moduli di cemento prefabbricato, ad includere un'area decisamente ampliata, comprendente la quasi totalità del territorio comunale[271]. La modifica apportata allo stabilimento Carpano prevede infatti la realizzazione, nella porzione di terreno coincidente con l'ingresso, confinante con il vicino lotto appartenente al signor Beltrametti, ad est, e con la proprietà De Sonnaz, a sud, di un essenziale alloggio; composto da due vani comunicanti, di cui uno comprendente uno spogliatoio, ed un gabinetto con possibilità di accesso dall'esterno[272], questo aveva il fine di ospitare la guardia daziaria, la cui presenza con fini di assistenza all'interno dello stabilimento era continuativamente

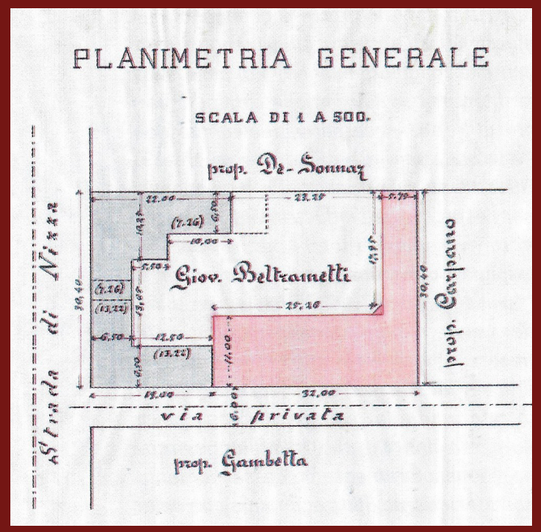
268 *Rubriche atti di società*, 1886-1895, vol. 46, 24 gennaio 1889.

269 ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1909, pratica 793.

270 Associazione Culturale Maurilia (a cura di), *Via Nizza 224: il profumo del vermuth*, *cit.*, p. 77.

271 Leonardo Gambino, *Il Lingotto una volta: voci e immagini di un sobborgo di Torino nei primi decenni del Novecento*, *cit.*, p. 17.

272 ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1912, pratica 463.



Planimetria generale raffigurante la proprietà Beltrametti e l'adiacente stabilimento Carpano

stralcio di tavola, 1909

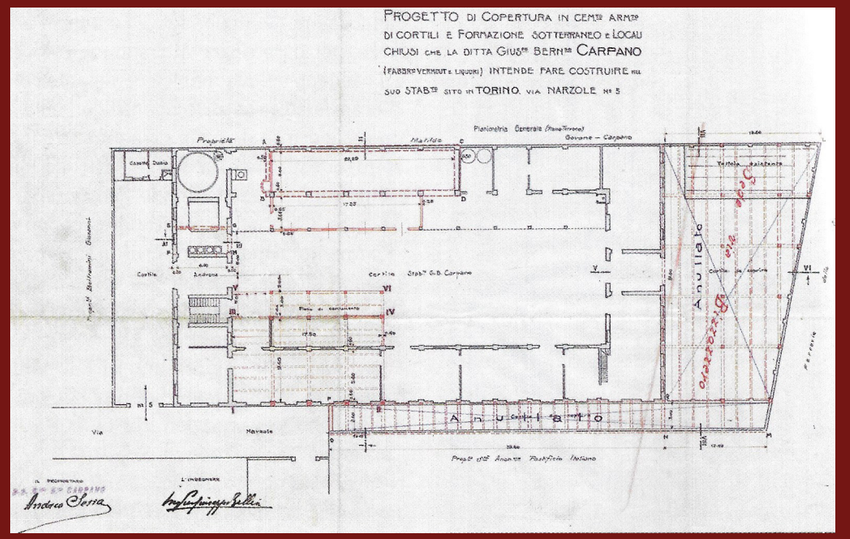
(ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1909, pratica 793)

prevista a partire dal giorno di ampliamento della cinta.

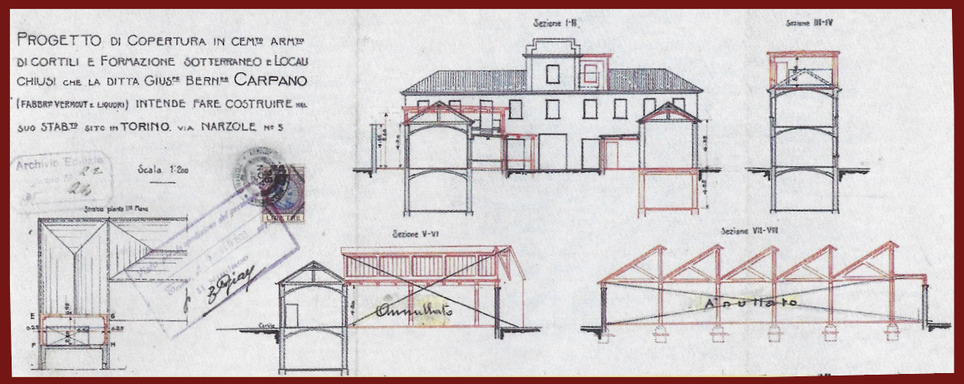
Circa dieci anni dopo il *Progetto di copertura in cemento armato di cortili e formazione sotterraneo e locali chiusi*[273] presentato in Comune da Matilde Govone, vedova di Ottavio Carpano e titolare della società a partire dal 1917, prevederà delle trasformazioni di maggiore entità volte a riconfigurare alcuni degli spazi dello stabilimento, intervenendo principalmente sulle due maniche parallele a via Narzole. La planimetria firmata dall'ingegner Giuseppe Bellia nel 1923 dispone infatti, in rosso, la realizzazione di una copertura piana che, accorpando la precedente a doppia falda, amplia la superficie coperta dell'angolo nord-est dello stabilimento creando un salone che, prolungandosi ancora in una tettoia esterna, protegge il *piano di caricamento* collocato appena dopo l'ingresso alla fabbrica. La prossimità di questa infrastruttura, posizionata all'interno del cortile, già indicato da Strucchi come luogo ottimale per il carico e lo scarico merci, può farci ipotizzare dunque l'uso del nuovo spazio come deposito temporaneo, utile a smistare le materie prime poi suddivise negli appositi magazzini, o come luogo di preparazione ed imballaggio del prodotto finito, ultime operazioni precedenti l'invio delle spedizioni. Il fabbricato prospiciente viene anch'esso ampliato tramite la costruzione di una nuova manica con tetto piano, struttura in cemento armato e tamponamento in mattoni[274] adiacente la struttura preesistente, prevedendo inoltre, sotto quest'ultima, la realizzazione di un nuovo piano interrato che, sommandosi a quello già presente sotto al braccio in affaccio su via Narzole, verrà destinato ad uso cantina per la collocazione di vasche e tini utili all'invecchiamento del vermouth. Oltre alla chiusura di un ambiente all'angolo sud-est dello stabilimento, destinato ad ospitare macchinari di produzione, il progetto dell'ingegner Bellia im-

273 ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1923, pratica 24.

274 Chiara Ronchetta, Marco Trisciuoglio (a cura di), *Progettare per il patrimonio industriale*, Celid, Torino, 2008, p. 274.



Pianta per il progetto di modifica dello stabilimento per nuove coperture, sotterranei e locali chiusi
disegni dell'ingegner Giuseppe Bellia, stralcio di tavola, 1923
(ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1923, pratica 24)



Sezioni per il progetto di modifica dello stabilimento per nuove coperture, sotterranei e locali chiusi
disegni dell'ingegner Giuseppe Bellia, stralcio di tavola, 1923
(ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1923, pratica 24)

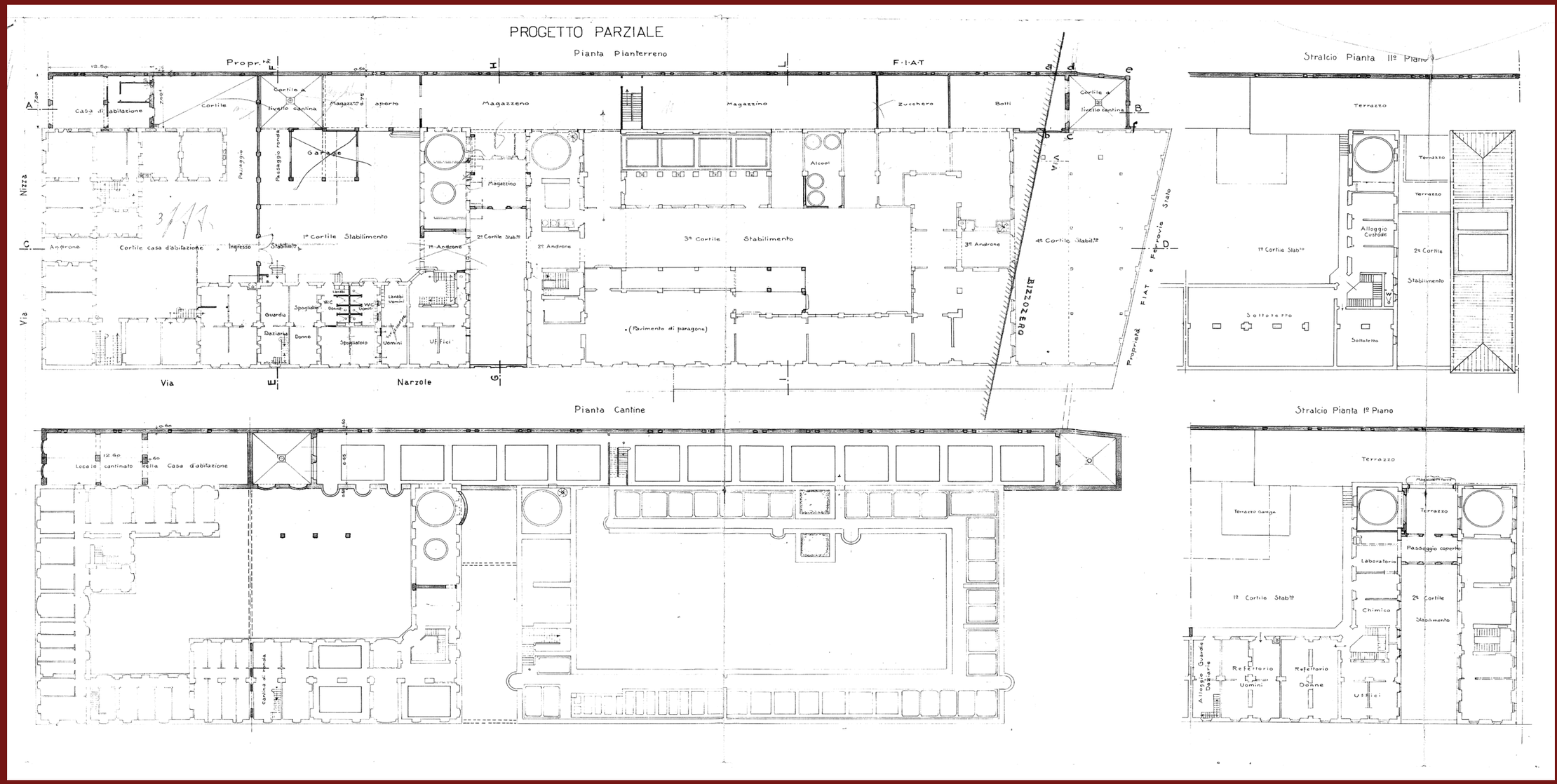
maginava l'edificazione di un magazzino con copertura a *shed* collocato nel secondo cortile trapezoidale confinante con la ferrovia e di una manica stretta e lunga, con copertura piana, ad occupare la porzione di via Narzole contigua la proprietà del Pastificio Italiano, due interventi che tuttavia, come già dichiarato nei disegni tramite l'apposizione della scritta «annullato», non verranno portati a termine.

Bisognerà poi attendere il 1927 per ulteriori interventi di modifica che, con l'accorpamento di alcuni terreni confinanti, già proprietà Beltrametti e De Sonnaz, porteranno ad una notevole espansione della fabbrica, ampliata, sempre su progetto dell'ingegner Giuseppe Bellia, con maggiori spazi per le attività produttive e nuove unità abitative. Sul confine est viene annesso il lotto di proprietà Beltrametti, in affaccio su via Nizza 224 angolo via Narzole, comprensivo di un edificio ad L con doppia manica sulla strada secondaria, progettato nel 1909[275], e di un immobile di costruzione precedente con quattro piani fuori terra rivolti sull'arteria principale, che i fratelli Luigi ed Ottavio già pensavano di sfruttare, nel 1899, per dotare lo stabilimento di un ingresso principale[276]. Sul lato sud dello stabilimento verrà invece incorporata una nuova superficie di circa 360 metri quadrati che, dispiegati in una fascia di terreno larga 7 metri per una lunghezza pari a quella dell'intero complesso produttivo fino a raggiungere il confine ovest con la ferrovia, verranno sfruttati per la formazione di nuovi magazzini al pian terreno e cantine sottostanti, affiancati da due cortili interrati utili all'areazione dei locali, ed una nuova costruzione per abitazioni di tre piani fuori terra, con affaccio su via Nizza e corte interna[277]. Questa aggiunta, confinante a sud con la ormai proprietà Fiat, consisterà in una nuova manica a tetto piano con struttura in pilastri e travi di cemento armato, utili a permettere, grazie

275 ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1909, pratica 793.

276 Associazione Culturale Maurilia (a cura di), *Via Nizza 224: il profumo del vermuth*, *cit.*, p. 80.

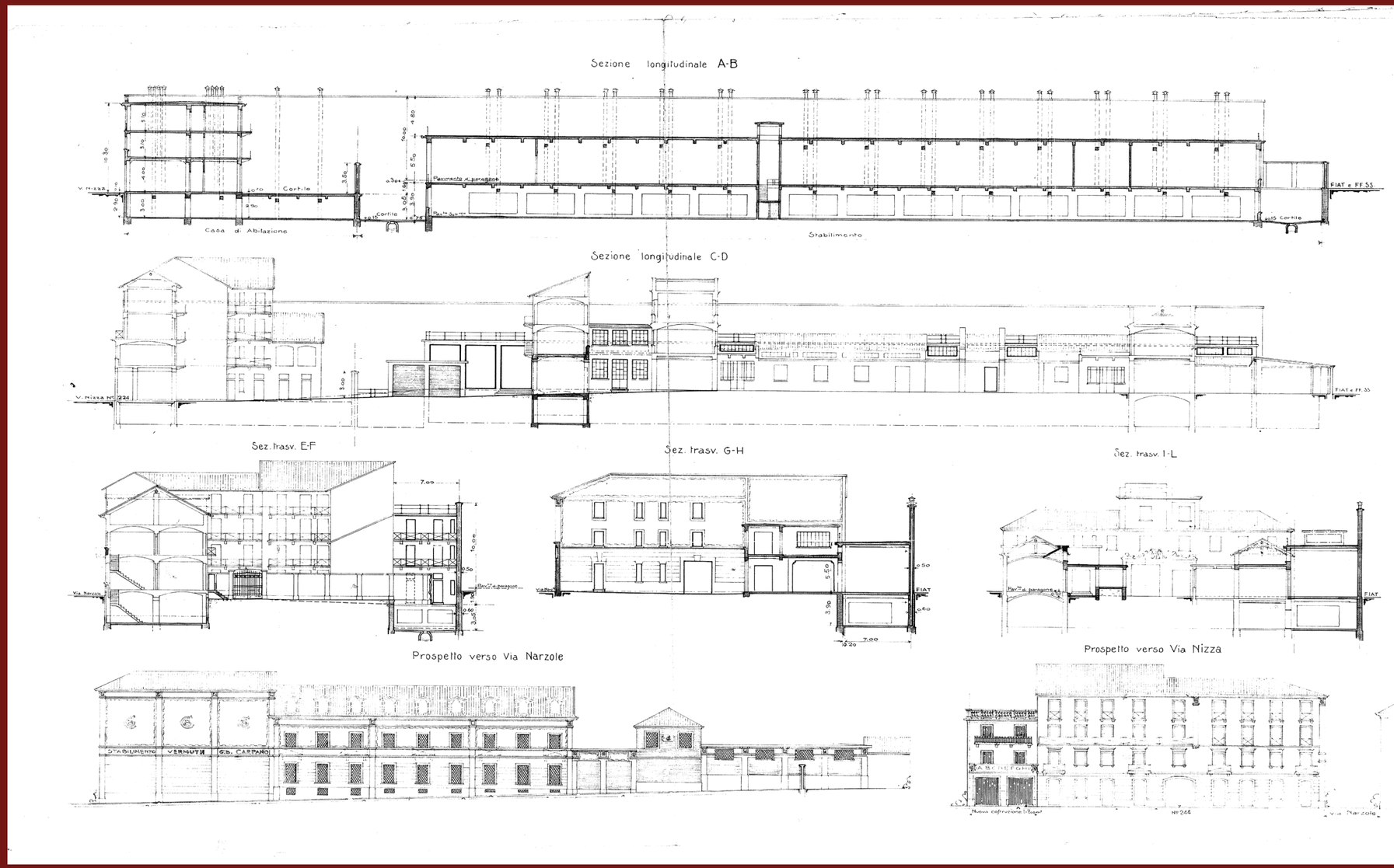
277 AECT, *Ampliamento e riattamento casa*, via Nizza 224, maglia 1869B, anno 1927, registro 1, progressivo 1275, data protocollo 19 dicembre 1927.



Piante per il progetto di ampliamento dello stabilimento con acquisizione delle confinanti già proprietà Beltrametti e De Sonnaz

disegni dell'ingegner Giuseppe Bellia, stralcio di tavola, 1927

(AECT, *Ampliamento e riattamento casa*, via Nizza 224, maglia 1869B, anno 1927, registro 1, progressivo 1275, data protocollo 19 dicembre 1927)



Sezioni per il progetto di ampliamento dello stabilimento con acquisizione delle confinanti già proprietà Beltrametti e De Sonnaz

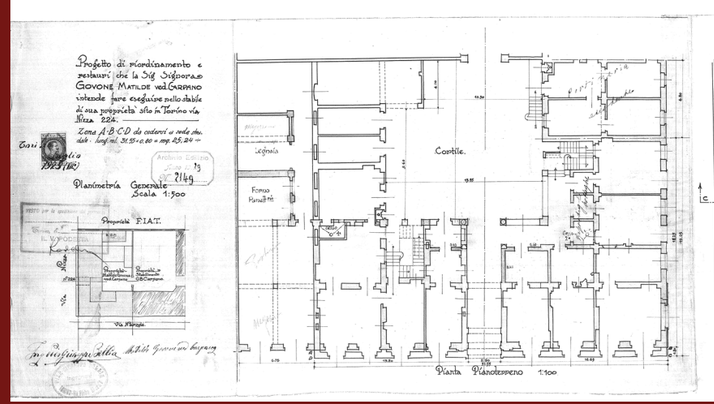
disegni dell'ingegner Giuseppe Bellia, stralcio di tavola, 1927

(AECT, *Ampliamento e riattamento casa,* via Nizza 224, maglia 1869B, anno 1927, registro 1, progressivo 1275, data protocollo 19 dicembre 1927)

alla limitata larghezza del nuovo fabbricato, la realizzazione di ampi spazi liberi; questi accoglieranno, al livello inferiore connesso ai preesitenti locali cantina, tredici nuove cisterne per la produzione e l'invecchiamento del vermouth, mentre, al piano terra, una serie di partizioni permetteranno di dividere la porzione di stabile dedicata alle attività produttive in cinque differenti magazzini, alcuni dei quali esplicitamente dedicati, come già indicato in pianta, al deposito di merci specifiche quali lo zucchero. Il nucleo originario dello stabilimento subirà poche modifiche, con la maggiore prevista per la copertura del cortile trapezoidale lato ferrovia, seguita dal prolungamento della tettoia realizzata pochi anni prima all'interno della corte centrale, con un supplemento di quattro pilastri, e la chiusura del primo ingresso su via Narzole, con conseguente formazione di un cortile intermedio ed una nuova area di deposito su due livelli connessa alla nuova manica in corrispondenza dell'ex alloggio della guardia daziaria. Procedendo verso via Nizza, l'immobile ad L incluso nella ex proprietà Beltrametti, ora divisa da un muro passante per il cortile a disporre l'ingresso allo stabilimento e ripartirne l'area di competenza da quella privata possedimento di Matilde Govone, vedrà dei rinnovamenti in principale relazione agli ambienti interni, mirati alla dotazione di alcuni servizi di completamento alle attività produttive. Tra questi, volti a sfruttare massimamente le partizioni ed i sistemi di collegamento verticali già esistenti, quali il vano scala angolare ed il ballatoio esterno, saranno inseriti, per livelli successivi, bagni e spogliatoi separati per genere affiancati dal nuovo alloggio per la guardia daziaria e dagli uffici, entrambi con quattro ambienti ciascuno distribuiti su due piani, refettori, sempre divisi tra uomini e donne, il laboratorio chimico, comunicante con l'adiacente manica dello stabilimento tramite un passaggio coperto,

e l'alloggio per il custode, con tre vani ricavati in prossimità del sottotetto. Il piano interrato dello stabile, invece, connesso agli ampi spazi delle cantine, verrà ugualmente sfruttato per la disposizione di alcune vasche per la produzione del vermouth, accessibili per ragioni di sorveglianza direttamente dall'alloggio della guardia daziaria, tramite una doppia rampa di collegamento con il locale della *cantina di ronda*. Infine il restante edificio rivolto su via Nizza, caratterizzato da una successione di ambienti con doppio affaccio sulla strada e sul cortile interno, fatta eccezione per i tre con facciata cieca lato via Narzole, subirà maggiori rimaneggiamenti negli anni successivi, con un *Progetto di riordinamento e restauri*[278] richiesto e studiato nel 1929 ancora dall'ingegner Bellia. Con l'aggiunta di alcuni vani all'angolo nord-est dell'edificio, a raddoppiare la manica esistente, la realizzazione di alcune aperture in affaccio su via Narzole, sull'ex lato cieco, e l'addizione di altri ambienti, progettati nello spazio del cortile retrostante l'abitazione integrata al complesso un paio d'anni prima, per la creazione, al pianterreno, di un locale panetteria, viene dunque modificata la porzione est dello stabilimento, per il quale si prevede inoltre un arretramento della facciata su via Nizza, per un totale di 80 centimetri ad allineare il prospetto con il fabbricato sud. Proprio quest'ultimo intervento offre quindi l'occasione di rimodellare i fronti degli edifici, a rendere il complesso più omogeneo e coerente; al semplice prospetto della nuova costruzione di tre piani fuori terra su via Nizza, caratterizzato da una copertura piana con terrazza ed una banda basamentale ornata con fasce orizzontali, destinata, come suggerisce l'insegna, ad un uso commerciale, si accostava l'ex abitazione Beltrametti con ripreso il medesimo basamento decorato, interrotto centralmente dall'androne di accesso al cortile, a spezzare, anche ai piani superiori, la scan-

278 AECT, *Demolizione, nuova facciata e fabbricato interno*, via Nizza 0, maglia 1869B, anno 1927, registro 1, progressivo 2149, data protocollo 31 dicembre 1929.



Progetto di riordinamento e restauri per le facciate ed i locali in affaccio su via Nizza

disegni dell'ingegner Giuseppe Bellia, stralcio di tavola, 1929

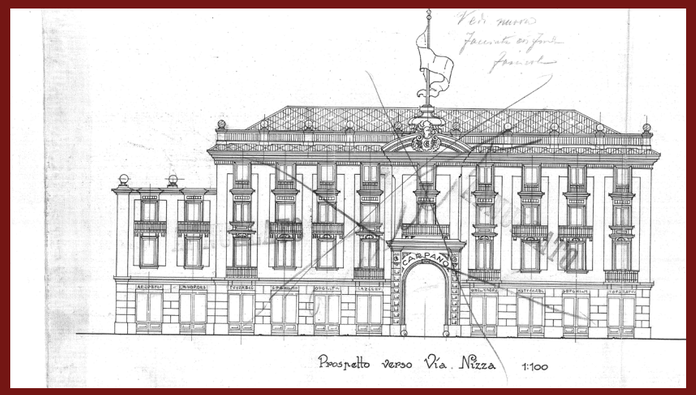
(AECT, *Demolizione, nuova facciata e fabbricato interno,* via Nizza 0, maglia 1869B, anno 1927, registro 1, progressivo 2149, data protocollo 31 dicembre 1929)

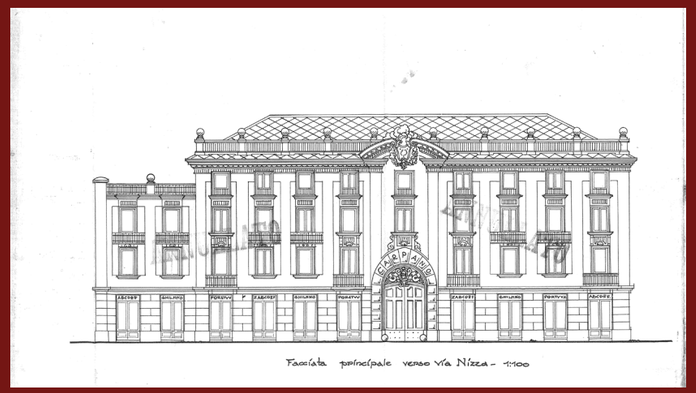
sione ritmica delle aperture incorniciate[279]. La facciata veniva poi completata da pochi elementi ornamentali dai caratteri essenziali, quali le fasce marcapiano a sottolineare il primo livello dell'edificio ed un doppio ordine di lesene con capitello decorato con il marchio della ditta, disposte angolarmente e riprese a marcare gran parte del fronte nord prospiciente via Narzole. Ciascuno con quattro linee verticali, il prospetto cieco e l'adiacente fabbricato ad L in affaccio sulla via secondaria presentavano ancora una serie di elementi comuni a proporre una sorta di omogeneità compositiva, tra la zoccolatura basamentale, il pianterreno intonacato con motivo orizzontale, la doppia fascia marcapiano posizionata a metà dell'edificio e al di sotto della linea di gronda ed alcune semplici trame decorative con linee dentate. Tuttavia, mentre lo stabile ovest prevedeva una serie di aperture, con abbaini al livello del sottotetto, la facciata est veniva sfruttata come una specie di manifesto volto a dichiarare, esternamente, la presenza del complesso produttivo, tramite l'apposizione della scritta *Stabilimento vermuth G.B. Carpano* in corrispondenza della cornice marcapiano e del logo dell'azienda ripetuto tre volte nei riquadri ad essa superiori.

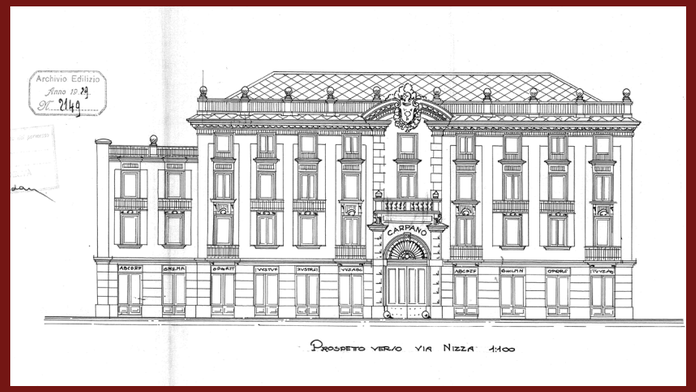
Con tre proposte differenti per il prospetto su via Nizza, distinte dalla caratterizzazione della porzione centrale della facciata inclusiva dell'ingresso e pochi altri dettagli, il progetto di riordinamento del 1929 donerà finalmente coerenza visiva alla disorganica proprietà privata Matilde Govone, investendo il complesso di una ricercatezza inedita[280]. Alla fascia del pianterreno ora unitamente dedicata ad una destinazione commerciale, caratterizzata come in precedenza da un decoro con intonaco a motivo orizzontale, si accosta una modanatura superiore, ripresa, in modo più complesso, a concludere la facciata, mentre nuove cornici e timpani decorati distaccano

279 AECT, *Ampliamento e riattamento casa*, via Nizza 224, maglia 1869B, anno 1927, registro 1, progressivo 1275, data protocollo 19 dicembre 1927.

280 AECT, *Demolizione, nuova facciata e fabbricato interno,* via Nizza 0, maglia 1869B, anno 1927, registro 1, progressivo 2149, data protocollo 31 dicembre 1929.







Diverse ipotesi per il restauro della facciata prospiciente via Nizza

disegni dell'ingegner Giuseppe Bellia, stralcio di tavola, 1929

(AECT, *Demolizione, nuova facciata e fabbricato interno,* via Nizza 0, maglia 1869B, anno 1927, registro 1, progressivo 2149, data protocollo 31 dicembre 1929)

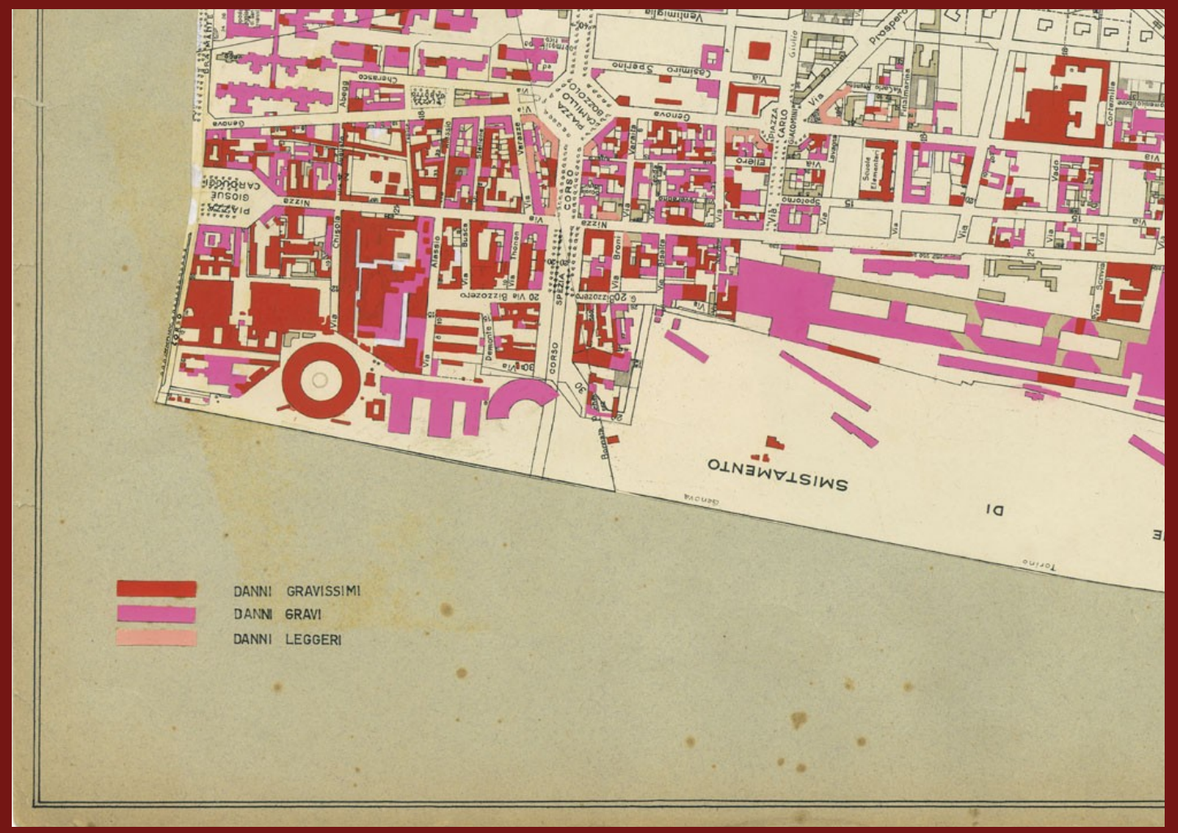
le aperture, a loro volta inserite in riquadri sagomati con andamento verticale. Questo, ripreso con pietre disposte lateralmente, sottolinea poi il portone di accesso con mezzaluna superiore ed insegna identificativa dello stabilimento, coronato, in corrispondenza della copertura di nuovo rifacimento con balaustra, da un imponente timpano spezzato curvo, decorato con volute e stemma centrale.

Queste le ultime modifiche apportate allo stabilimento prima del passaggio, nel 1940, alla gestione da parte dei fratelli Turati, i quali, incaricati di salvaguardare la lunga fama della ditta Carpano, amplieranno ancora la fabbrica; sfruttando gli spazi del primo cortile appena successivo l'ingresso su via Nizza verrà edificato un nuovo fabbricato su tre livelli con laboratori, magazzini ed un deposito interrato per le botti, mentre alcuni adattamenti, necessari per dare risposta a nuove esigenze come la collocazione di macchinari più imponenti, trasformeranno parte degli stabili preesistenti[281]. I lavori di adeguamento dello stabilimento, commissionati nell'epoca del secondo conflitto mondiale, si protrarranno per più anni e prevederanno, proprio in ragione del periodo storico, la costruzione di un rifugio antiaereo da realizzarsi ad una profondità di sei metri al di sotto dello stesso cortile interessato dalle nuove opere[282]. A seguito di alcuni bombardamenti avvenuti nel 1943 il complesso subirà danneggiamenti consistenti, con conseguenze sulla porzione sud-ovest dello stabilimento in particolare e derivanti perdite della conformazione dello stesso fino ad ora analizzata; al crollo completo di gran parte degli stabili adibiti alla produzione e della sezione di edificio in affaccio su via Nizza confinante con la Fiat, contrassegnati da *danni gravissimi*, si aggiungeranno lesioni e cedimenti diffusi[283] che renderanno necessaria la ricostruzione di gran parte dei fabbricati. Questi, in gran par-

281 Associazione Culturale Maurilia (a cura di), *Via Nizza 224: il profumo del vermuth*, *cit.*, p. 98.

282 *ibidem.*

283 ASCT, *Tipi e disegni*, 68.2.11.



Danni arrecati agli stabili in zona Nizza Millefonti, Nuova Barriera di Nizza

1942-1945

(ASCT, *Tipi e disegni*, 68.2.11, quadrante 3)

te ristabiliti, ma anche sopraelevati e rimaneggiati con alcune modifiche come la costruzione, nel vuoto creato dagli ordigni sulla via principale, di un volume con arcate cieche destinato a locali per la refrigerazione contiguo la facciata risistemata con un nuovo ingresso carraio, raggiungeranno la configurazione degli spazi recentemente sfruttata per la riqualificazione che ha portato all'insediamento del centro enogastronomico Eataly[284]. L'intervento del 2005-2006, desideroso infatti di rispettare un'importante testimonianza del patrimonio industriale architettonico torinese, volgerà al mantenimento della singolare identità della fabbrica che, formatasi come abbiamo precedentemente analizzato per fasi successive, offrirà un'interessante articolazione di spazi intorno ad un sistema di corti aperte certamente originale per una realtà manifatturiera. Proprio queste, coperte nel progetto da superfici vetrate, costituiranno infatti il principale sistema distributivo utile a collegare, tra percorsi e piazze coperte, gli ambienti dedicati all'esposizione, la vendita e la degustazione dei prodotti eccellenza italiana, collocati negli ex laboratori Carpano, mentre ai piani superiori uno spazio museale, affiancato da una foresteria e alcuni uffici, si occuperà di difendere e custodire la memoria dell'antico stabilimento[285].

284 Chiara Ronchetta, Marco Trisciuoglio (a cura di), *Progettare per il patrimonio industriale, cit.*, Torino, 2008, p. 274.

285 *ibidem*, p. 279.

6.5 LA PUBBLICITA'
Il passaggio alla produzione industriale

Il salto di scala che condusse i fabbricanti di vermouth ad ampliare la propria produzione a cavallo tra il XIX ed il XX secolo, passando, come abbiamo visto, dalle botteghe del centro urbano a moderni stabilimenti industriali dislocati in zone periferiche o esterne la città, fu logicamente guidato da una maggiore notorietà dei prodotti che, alimentata da innovativi mezzi

pubblicitari, contribuì a stimolarne la domanda extra regionale come estera. I migliori artisti dell'epoca furono coinvolti dalle più rinomate case produttrici per la realizzazione di nuove forme di comunicazione dirette ad attrarre il consumatore, sviluppando un linguaggio sostanziale evoluzione dei messaggi precedentemente espressi attraverso l'allestimento di una vetrina accattivante o l'apposizione di un'insegna minuziosamente decorata[286], in una sorta di parallelismo tra la bottega, colma, anche al suo interno, di iscrizioni e cartelli disposti tra specchi, muri e banconi[287], ed il nuovo ambiente della fabbrica. Comparsa con la stampa ed inizialmente limitata ad avvisi scritti, oltre che controllata dai poteri politici, la pubblicità prenderà forza proprio con la nascita dell'industria e della produzione in serie e sarà potenziata da innovazioni per la realizzazione di grandi manifesti che, accostati a studi sempre più approfonditi riguardo le migliori tecniche di comunicazione e persuasione, andranno a sostituire i meccanismi di contatto diretto tra produttore e compratore[288].

Il settore dei vini, dei liquori e degli aperitivi, già abile nel richiamo di un ampio pubblico attratto con degustazioni gratuite offerte in occasione di manifestazioni fieristiche ed espositive, sarà uno dei primi a sfruttare i mezzi pubblicitari con astuzia, rivendicando la qualità dei propri prodotti attraverso affissioni sgargianti, con caratteri imponenti e slogan interessanti, disseminate in successione lungo i lati delle strade, le facciate degli edifici e gli impalcati dei cantieri[289]. Sarà a partire dal periodo successivo alla prima guerra mondiale che numerose aziende del settore si avvicineranno ancor di più ai mezzi pubblicitari, con simboli inconfondibili volti a identificare i singoli marchi, esprimendone il valore ed appianando le differenze sociali per rivolgersi ad un pubblico di qualsiasi condizione, come nel caso

286 Anna Maria Testa, *La pubblicità,* Il Mulino, Bologna, 2003, p. 46.

287 Dino Villani, *50 anni di pubblicità in Italia*, Editrice l'Ufficio Moderno, Milano, 1957, p. 447.

288 Anna Maria Testa, *La pubblicità, cit.*, p. 47.

289 Dino Villani, *50 anni di pubblicità in Italia, cit.*, p. 446.

della zebra rossa imbizzarrita rappresentata da Leonetto Cappiello nelle sue grafiche d'avanguardia eseguite per Cinzano. A partire dagli anni venti del Novecento, poi, una sempre più rapida da industrializzazione del settore, con un conseguente aumento del ventaglio dell'offerta, porterà le imprese a voler distaccare i propri prodotti per originalità e qualità, investendo il manifesto commerciale di un nuovo ruolo, più articolato e volto a stimolare l'acquisto[290], con un caso, quello della ditta Carpano, nuovamente emblematico, deciso a guidare il destino delle successive campagne promozionali del ramo. Dapprima determinata a distinguersi con una produzione destinata ai cultori della bevanda che, forte della propria qualità, non necessitava di grandi azioni pubblicitarie oltre alle poche, mirate, firmate da artisti quali Mauzan e Dudovich, la società Carpano cambierà radicalmente approccio per fronteggiare la concorrenza ed imporsi nelle scelte dei consumatori. Con questa finalità nascerà, per mano del grafico Armando Testa, il personaggio di Re Carpano che, tramite un gioco di personificazione del prodotto risolto in una sagoma semplice e vivace eseguita con colori primari su sfondo bianco, brinda alternativamente con Vittorio Emanuele, Cavour o Giuseppe Verdi, a celebrare la ritualità dell'aperitivo e di un gesto simbolico storicamente associato al marchio[291]. Se le strategie applicate risulteranno efficaci, portando il marchio ad affermarsi a livello internazionale, è pur vero che Carpano non riuscirà a competere con la fama planetaria raggiunta da Martini & Rossi che, già sperimentatrice in campo di immagine e comunicazione con la dama bianca di Dudovich ed il superuomo del futurista Muggiani, tenderà ad allontanarsi dall'icona del vermouth per rivolgersi ad una cultura del bere più cosmopolita. Non solo manifesti ed insegne luminose, confezioni speciali in occasione delle festività, calendari, cartoncini, matite e

290 Vanni Codeluppi, *Iperpubblicità: come cambia la pubblicità italiana*, FrancoAngeli Editore, Milano, 2000, p. 19.

291 Ave Appiano, *Manuale di immagine: intelligenza percettiva, creatività, progetto*, Meltemi Editore, Roma, 1998, p. 207.

Iconici manifesti pubblicitari delle più affermate case produttirci

Cappiello per Cinzano, Testa per Carpano, Dudovich e Muggiani per Martini & Rossi

(www.posterlounge.it)

posacenere saranno solo una parte degli strumenti impiegati dai produttori di bevande alcoliche per attirare l'attenzione del consumatore, influenzato anche in occasione di eventi sportivi, concerti e visite al cinema[292].

292 Dino Villani, *50 anni di pubblicità in Italia, cit.*, p. 447.

bibliografia

VOLUMI

Fulvio Piccinino, *Il vermouth di Torino*, Graphot, Torino, 2018

Guido Zucconi, *La città dell'Ottocento*, Editori Laterza, Bari, 2018

Angela La Macchia, *La competitività dell'industria francese e il mercato sardo nella pirma metà dell'Ottocento*, FrancoAngeli, Milano, 2013

Lewis Mumford, *La città nella storia*, Castelvecchi, Roma, 2013

Alicia Cámara Muñoz, Consuelo Gómez López, *La imagen de la ciudad en la Edad Moderna*, Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid, 2011

Enrico Castelnuovo, Enrica Pagella (a cura di), *Torino: prima capitale d'Italia*, Treccani, Roma, 2011

Associazione Culturale Maurilia (a cura di), *Via Nizza 224: il profumo del vermuth*, Città di Torino, Ecomuseo Urbano della Circoscrizione 9, Torino, 2008

Chiara Ronchetta, Marco Trisciuoglio (a cura di), *Progettare per il patrimonio industriale*, Celid, Torino, 2008

Giuseppe Berta (a cura di), *Torino industria: persone, lavoro, imprese,* Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 2008

Luciana Manzo, Fulvio Peirone (a cura di), *Itinerari torinesi: guide della città fra Sette e Novecento,* Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 2007

Chiara Ronchetta, *Negozi e locali storici di Torino*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 2006

A tavola con i torinesi: cibo, commerci e ricette dal Medioevo al Novecento, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 2004

Anna Maria Testa, *La pubblicità*, Il Mulino, Bologna, 2003

Eric J. Hobsbawm, *Il trionfo della borghesia (1848-1875),* Laterza, Roma, 2003

Giuseppe Ricuperati (a cura di), *Storia di Torino V: dalla città razionale alla crisi dello Stato d'Antico Regime (1730-1798)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2002

Chiara Ronchetta (a cura di), *Le botteghe a Torino: esterni e interni tra 1750 e 1930*, Centro studi piemontesi, Torino, 2001

Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VII: da capitale politica a capitale industriale (1864-1915)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2001

Umberto Levra (a cura di), *Storia di Torino VI: la città nel Risorgimento (1798-1864)*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2000

Vanni Codeluppi, *Iperpubblicità: come cambia la pubblicità italiana*, FrancoAngeli, Milano, 2000

Ave Appiano, *Manuale di immagine: intelligenza percettiva, creatività, progetto*, Meltemi Editore, Roma, 1998

Enciclopedia delle scienze sociali, Treccani, 1998

Leonardo Gambino, *Il Lingotto una volta: voci e immagini di un sobborgo di Torino nei primi decenni del Novecento*, Città di Torino, Circoscrizione 9 Nizza-Lingotto, Torino, 1998

Umberto Levra, Rosanna Roccia (a cura di), *Milleottocentoquarantotto: Torino, l'Italia, l'Europa*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 1998

Alberto M. Banti, *Storia della borghesia italiana: l'età liberale,* Donzelli Editore, Roma, 1996

Vera Comoli Mandracci, Rosanna Roccia, *Torino città di loisir. Viali, parchi e giardini tra Otto e Novecento*, Archivio Storico della Città di Torino, Torino, 1996

Enciclopedia dell'Arte Medievale, Treccani, 1994

Enrico Guagnini, *Locali storici d'Italia*, Centro Studi Luigi Lavazza, Milano, 1994

Valerio Castronovo (a cura di), *Storia illustrata di Torino,* Sellino, Milano, 1992

Giorgio Borrelli, *Le corporazioni nella realtà economica e sociale dell'Italia nei secoli dell'età moderna*, atti della Quarta giornata di studio sugli Antichi Stati Italiani promossa dall'Università degli Studi di Verona (4 dicembre 1990), a cura di Giorgio Borrelli, Istituto per gli Studi Storici Veronesi, Verona, 1991

Nikolaus Pevsner, *Storia e caratteri degli edifici*, Fratelli Palombi Editori, Roma, 1986

Chiara Ronchetta, Andrea Job, Maria Luisa Laureati, *Botteghe e negozi: Torino 1815-1925. Immagine del commercio fra architettura e decorazione*, Allemandi, Torino, 1984

Dizionario Biografico degli Italiani, volume 20, Treccani, 1977

Paolo Sica, *Storia dell'urbanistica: l'Ottocento*, Editori Laterza, Bari, 1977

Luigi Bulferetti, Raimondo Luraghi, *Agricoltura, industria e commercio in Piemonte dal 1790 al 1814*, Istituto per la storia del Risorgimento italiano, Comitato di Torino, Palazzo Carignano, 1966

Francesco Sirugo, *L'economia degli Stati italia prima dell'Unificazione I: Stati sardi di Terraferma (1780-1870). Saggio bibliografico*, Feltrinelli, Milano, 1962

Dino Villani, *50 anni di pubblicità in Italia*, Editrice l'Ufficio Moderno, Milano, 1957

Ernesto Caballo, *Storia della Cinzano: distillatori confettieri vermuttieri,* 1757-1957, Tipografia Frassinelli, Torino, 1957

B. Saladini di Rovetino, *Carpano: 1786*, SET, Torino, 1946

Maynard Alexander Joslyn, *Commercial production of dessert wines,* University of California, Berkeley, 1940

Enciclopedia Italiana, Treccani, 1930

Carlo Montù, *Torino Collezione Guide d'Italia*, Istituto Geografico De Agostini, Novara, 1924

Saverio Vanni, *La fabbricazione familiare, artigiana ed industriale dei liquori e sciroppi*, G. Lavagnolo, Torino, 1930

Arturo Castoldi, *Il liquorista: duemila ricette e procedimenti pratici*, Hoepli, Milano, 1921

Italo Ghersi, *Piccole industrie: scuole e musei industriali, industrie agricole e rurali, industrie manifatturiere ed artistiche*, Hoepli, Milano, 1911

Camillo Boggio, *Lo sviluppo edilizio di Torino: dall'assedio del 1706 alla Rivoluzione Francese*, S. Lattes & C. Librai Editori, Torino, 1909

Arnaldo Strucchi, *Il vermouth di Torino*, Tipografia Cassone, Casale Monferrato, 1907

Ernesto Marini, *Augusta Taurinorum: Torino illustrata nelle sue cose e nei suoi cittadini,* Ernesto Marini Ed., Genova, 1901

Emilio Borbonese, *Guida di Torino*, Tipografia Roux Frassati e Co., Torino, 1898

Luigi Sala, *Il liquorista pratico*, Casa Editrice Bietti, Milano, 1897

Cesare Isaia, *Torino: guida del viaggiatore*, G. B. Paravia e Comp., Torino, 1894

Città di Torino, *Provvedimenti edilizi: 1566-1892*, Tipografia Eredi Botta di Bruneri e Crosa, Torino, 1893

Esposizione Generale Italiana in Torino 1884, *Guida Ufficiale: brevi cenni sulla città e dintorni con piante*, Unione Tipografico-Editrice, Torino, 1884

Guida pratica di Torino e dintorni e della Esposizione Generale Italiana 1884, Tip. e Lit. Camilla e Bertolero, Torino, 1884

Luigi Arcozzi-Masino, *L'agricoltura alla Esposizione Nazionale in Torino 1884*, Tipografia e Litografia Camilla e Bertolero, Torino, 1884

Torino e l'Esposizione Italiana del 1884: cronaca illustrata, Roux e Favale e Fratelli Treves Editori, Torino-Milano, 1884

Torino 1880, Roux e Favale, Torino, 1880

Gemello Gorini, *Nuovo manuale del liquorista, confetturiere e pasticciere,* Carlo Barbini Editore, Milano, 1876

Andrea Covino, *Alcune ore in Torino, piccola guida ad uso dei forestieri,* Tipografia C. Favale e c., Torino, 1873

Andrea Covino, *Torino: descrizione illustrata*, Libreria Luigi Beuf, Torino, 1873

Anthony Rich, *Dizionario delle antichità greche e romane volume II*, Milano, 1869

G. Galvagno, *Guida generale illustrata della città di Torino: anno 1869*, G. Baglione, Torino, 1869

Pietro Baricco, *Torino descritta*, Tipografia di G.B. Paravia e Comp., Torino, 1869

Eugène Viollet-le-Duc, *Dictionnaire raisonné de l'architecture française du XIe au XVIe siècle*, B. Bance éditeur, Parigi, 1859

Pietro Valsecchi, *Nuovo ed unico manuale completo del distillatore-liquorista*, Libreria di Francesco Sanvito, Milano, 1857

Guglielmo Stefani, Domenico Mondo, *Torino e i suoi dintorni: guida storico-artistica, amministrativa e commerciale*, Carlo Schiepatti Libraio Editore, Torino, 1852

Luigi Cibrario, *Storia di Torino*, Alessandro Fontana, Torino, 1846

Antoine-Claude Valery, *L'Italie confortable: manuel du touriste,*

appendice aux voyages historiques, littéraires et artistiques en Italie, Jules Renouard et c. Libraires, Parigi, 1842

Giulio Mussi Gallarati, *Processo ed informazioni pratiche intorno alla formazione dei vini da tino*, Giovanni Silvestri, Milano, 1834

Lenormand, Payen, Molard Jeune [et al.], *Nuovo Dizionario Universale Tecnologico di Arti e Mestieri e della Economia industriale e commerciale, tomo V*, Giuseppe Antonelli Editore, Venezia, 1832

Modesto Paroletti, *Turin a la porteé de l'etranger avec description de palais, édifices e monumentes, chez les frères,* Reycend, Torino, 1834

Vincenzo Agnoletti, *Manuale del credenziere, confettiere e liquorista di raffinato gusto moderno*, Angelo Ajani, Roma, 1831

Guide della Città di Torino, Marzorati-Paravia, anni 1823-1900

Abate Rozier, *Corso compiuto di agricoltura teorica, pratica ed economica, tomo quarto*, Napoli, 1795

Giambattista Vasco, *Delle università delle arti e mestieri: dissertazione*, Stamperia Luigi Veladini, Milano, 1793

PERIODICI E QUOTIDIANI

Torino Storia: luoghi, immagini, protagonisti, Riccadonna, Torino, anno 2015, n. 2

Cronache Economiche, Camera di Commercio Industria e Agricoltura di Torino, Torino, anno 1982, n. 003

La Stampa Sera, 3 Dicembre 1977

Cronache Economiche, Camera di Commercio Industria e Agricoltura di Torino, Torino, anno 1976, n. 003-004

Cronache Economiche, Camera di Commercio Industria e Agricoltura di Torino, Torino, anno 1950, n. 085-086

Cronache Economiche, Camera di Commercio Industria e Agricoltura di Torino, Torino, anno 1950, n. 082

Gazzetta Ufficiale del Regno d'Italia, Roma, anno XIV, 28 Dicembre 1935

La Stampa, Torino, 18 Gennaio 1916

REGESTO ARCHIVISTICO

Archivio Storico della Città di Torino

Tipi e disegni

ASCT, *Tipi e disegni*, 68.2.11

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.83

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.125

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.148

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.250

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.2.250

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.3.109

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.4.21

ASCT, *Tipi e disegni*, rotolo 5B

ASCT, *Tipi e disegni*, rotolo 15B

Progetti edilizi

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1867, pratica 70

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1909, pratica 793

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1912, pratica 463

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1923, pratica 24

altri documenti consultati

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.100

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.131

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.158

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.213

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.244

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.312

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.1.316

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.2.16

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.2.114

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.2.128

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.3.2

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.3.97

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.3.173

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.3.227

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.3.283

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.4.32

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.4.74

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.4.74.A1

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.4.99

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.4.136

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.5.57

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.5.59

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.5.80

ASCT, *Tipi e disegni*, 94.5.122

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1854, pratica 102

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1883, pratica 121

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1886, pratica

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1891, pratica 87

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1908, pratica 94

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1894, pratica 154

ASCT, *Progetti edilizi*, anno 1852, pratica 126

Archivio Edilizio della Città di Torino

AECT, *Ampliamento e riattamento casa*, via Nizza 224, maglia 1869B, anno 1927, registro 1, progressivo 1275, data protocollo 19 dicembre 1927

AECT, *Demolizione, nuova facciata e fabbricato interno*, via Nizza 0, maglia 1869B, anno 1929, registro 1, progressivo 2149, data protocollo 31 dicembre 1929

Archivio di Stato di Torino

ASTO, Sezioni Riunite, *Congreghe dei negozianti e artisti, 1756-1758,* f. 118

ASTO, Sezioni Riunite, *Confettieri, acquavitai e caffettieri, 1816,* f. 87

SITOGRAFIA

www.museotorino.it (ultima consultazione il 29/04/2020)

www.negoziobluarchitetti.it (ultima consultazione il 12/05/2020)

www.treccani.it (ultima consultazione il 13/05/2020)

www.storiaindustria.it (ultima consultazione il 17/05/2020)

www.carpano.com (ultima consultazione il 23/05/2020)

www.atlanteditorino.it (ultima consultazione il 28/06/2020)

TESI CONSULTATE

Alessandro Pisano, *La riscoperta del bello. I luoghi del loisir borghese nella città di Torino. La confetteria Baratti e Milano e la galleria dell'Industria Subalpina dalla genesi al restauro dopo il secondo conflitto mondiale,* rel. prof.ssa Annalisa Dameri, Politecnico di Torino, Corso di Laurea Magistrale in Architettura per il Restauro e Valorizzazione del Patrimonio, 2019

Silvia Spacca, *Comunicazione e valorizzazione del patrimonio storico industriale di Torino attraverso un'applicazione di realtà aumentata,* rel. prof. Andrea Sanna, prof.ssa Elena Dellapiana, Politecnico di Torino, Corso di Laurea in Ingegneria del Cinema e dei Mezzi di Comunicazione, 2017

Francesco Finotto, *I luoghi del loisir borghese: le sale cinematografiche a Torino tra Ottocento e Novecento,* rel. prof.ssa Annalisa Dameri, Politecnico di Torino, Corso di Laurea Magistrale in Architettura per il Restauro e Valorizzazione del Patrimonio, 2017

Laura Margrotto, *La città e il commercio: evoluzione di un fenomeno: le botteghe dei macellai a Torino nell'Ottocento,* rel. prof.ssa Annalisa Dameri, Politecnico di Torino, Corso di Laurea Magistrale in Architettura per il Restauro e Valorizzazione del Patrimonio, 2016

ringraziamenti

Desidero ringraziare in primo luogo la mia relatrice, la professoressa Annalisa Dameri, per avermi trasmesso la passione per il suo insegnamento il primo giorno di lezione della Laurea Magistrale ed avermi guidato, con pazienza e disponibilità, attraverso la stesura di questo lavoro di tesi, spingendomi a dare il massimo, anche a distanza.

Un grazie che non potrà mai essere sufficientemente grande va alla mia famiglia.

A mamma, per avermi naturalmente regalato la propensione all'architettura senza la quale non avrei intrapreso questo percorso, per tutti i pranzi a portar via delle giornate infinite in facoltà, per avermi invitata innumerevoli volte ad abbandonare il portatile per andare a dormire, durante le troppe nottate a progettare, e per aver conservato con orgoglio le mie tavole

d'esame.

A papà, per avermi sempre lasciata libera di scegliere il mio futuro ed avermi spronata a partire per la Spagna, per gli aiuti a studiare per gli esami più tosti, tra strutture e fisica, per le sveglie all'alba le mattine degli esami e le ore ad aspettarmi a Torino dopo l'ufficio per recuperarmi dopo lezione.

A mia sorella, perché vivendo ogni grande esperienza con un po' di anticipo mi ha aiutata ad affrontare l'università con meno timore, per avermi ascoltata ripetere mille volte ed avermi rassicurata sempre, che «tanto è normale non ricordarsi niente il giorno prima»; sei la mia roccia.

Ai miei nonni, tutti, compresi (ovviamente) Tonia e Michele, perché so che in qualche modo mi sono sempre stati vicini, infondendomi coraggio e portandomi fortuna quando serviva.

Grazie alle mie amiche, non in ordine di importanza.

A Giorgia, per avermi riaggiustata tutte le volte in cui ne avevo bisogno, per le chiamate in treno ed i sorrisi strappati anche nei momenti più duri; i miei ringraziamenti non saranno mai belli come i tuoi, ma dove sarei senza la mia mental coach.

A Milena, per avermi capita sempre ed aver creduto nelle mie capacità ogni singola volta, aiutandomi a farmi valere anche quando non ne avevo più le forze; c'è un po' di te in me e viceversa, e non c'è bisogno che aggiunga altre parole.

A Martina, per avermi sempre ricordato di aver fatto la scelta giusta, anche quando ne dubitavo, sostenendomi fin dal giorno del test d'ingresso ed attraverso gli innumerevoli sfoghi da laboratorio di progettazione, ma in realtà anche già da molto tempo prima; insieme ad ogni passo importante, compreso questo.

Grazie anche ai miei amici, Sandro, Simo, Fancio e tutti gli altri, per avermi aiutata a non prendermi troppo sul serio che «tanto ad architettura fate solo i disegnini».

Ed un grazie ai colleghi e compagni di corso, ormai amici, con cui ho letteralmente vissuto per cinque anni, giorno e notte.

Alle mie G, senza le quali non sarei arrivata alla conclusione di questo percorso e a Giorgia, in particolare, per essersi accollata il mio peso dall'incontro in 10v ed aver condiviso tutto con me, per la coordinazione perfetta nel lavoro e l'impegno che sappiamo di averci messo, per i ghiaccioli ed il mirto pre-tesi.

Senza di voi tutto questo non sarebbe stato lo stesso.

MARTINI
REGISTERED TRADE MARK
VINO
VERMOUTH
BIANCO
della Casa
MARTINI & ROSSI
SUCCESSORI
MARTINI, BOLA & C.ie
TORINO
STABILIMENTO IN PESSIONE
TORINO
CONCESSIONE MINISTERIALE DI PRODUZIONE VERMOUTH E APERITIVI N. 1
www.delcampe.net
CINZANO
VERMOUTH
CARPANO
Progetto di ristauro
della facciata del negozio
di liquori del Sig.r Revelli
posto in Via Milano
casa Medici N.° 76
Torino li 30 Aprile 1879
Francesco Mallivey
Revelli Gio. Maria
Nella vista per parte
dell'ingegnere Capo Ornamentista
Mallivey
Torino li 30 Aprile 1879
Scala di 1:20
REVELLI GIO. MARIA
FABBRICANTE DI LIQUORI N.° 75
N.° 436.
FABBRICA di LIQUORI
e
VERMUTH
GIUSEPPE CARPANO,
già sotto la ditta
L. MARENDAZZO E COMP.a
PORTICI di PIAZZA CASTELLO
NUMERO 21 IN TORINO
GANCIA
17810
F G & C
NEW YORK
(ITALY)
Lit. 6.50
CARPANO
CINZANO