

Nobilissima Napoli: Magazzini Mele - il docarte in preparazione da OSCOM

di Martina Ippolito
l'immagine è presa dal catalogo IISS



Napoli nobilissima

RIVISTA DI TOPOGRAFIA ED ARTE NAPOLETANA

SOMMARIO DEL 1-2 FASCICOLO - VOL. I.

Ai nostri benevoli lettori. *La Redazione.*
La Villa di Capri. *L. St. Crois.*
Il Sossopiero di S. Gennaro. *R. Carafa.*
La facciata della Reggia di Napoli. *A. Miele.*
Santa Maria del Carmine. *L. S. di Giacomo.*
Per le chiese da abbattere nel risanamento. *G. Cui.*
Il Campanile di S. Maria Maggiore. *M. Schip.*
La tomba del Conte Ruggiero. *L. di S. Vito suo-Vito.*
Visite ed osservazioni. *Don Ferraro.*
Da libri e periodici. *Don Ferraro.*

AI NOSTRI BENEVOLI LETTORI

Il programma di questa nostra pubblicazione vuol essere breve, da che noi ci proponiamo di fare assai semplice cosa, la cui enunciazione, quando per la volessimo confortare dei soliti apotegni e delle tortuose considerazioni d'uso, onde si arricchiscono, di continuo, simili prefazioni a giornali d'arte o di scienza, sfuggirebbe, per natural sua virtù, ai meandri tradizionali, per ove la dea dell'inganno, il più delle volte, liberamente trascore, e la verità, tra l'ombre bizzarre del posto, diventa quasi irreperibile.

Occorre, anzi tutto, illustrare il titolo della nostra rivista? Non ci pare. A quanti lo annunziamo dalle prime mosse del lavoro cui ci dedicavamo, con passione, con entusiasmo in ognuno di noi non minori che non fossero in tutti, que-

sto vecchio superlativo, di cui si trova accompagnato il nome di Napoli, assai spesso, nei vecchi libri, parve acconcio per un opportuno ricordo. La cara nostra patria, nobilissima terra, disseminata, le tante volte, dalle manate di sale onde i suoi vari conquistatori intesero di spargere, a un tempo, il dispregio e la sterilità per le nostre contrade, offerse, tuttavia, sempre feconda e felice, rimutando il sale in seme, frutti che la storia amò di raccogliere in copia, per le pagine più vive e più gloriose del pensiero e della cultura d'Italia. Inoltre un lieve sapor antiquato nel titolo non ci sembrò di cattivo gusto: tale opera, appunto, è la nostra, che si propone di ravvivare il passato.

Ed ora, ecco i nostri proponimenti.
Raccogliere, prima di ogni altra cosa, studiaci di aver presenti, meglio e più che si possa, le ultime ricerche, quanto s'adatti a metter su un'opera sulla storia topografica ed artistica della città di Napoli: un libro si verrà formando a mano a mano che vedranno la luce i fascicoli di questa rivista, ed esso comparirà, se la fortuna avremo amica, e compagna fedele all'opera nostra avremo la perseveranza, di qui a tre o quattro anni, quando pur, di molte cose che vi si leggeranno, non più nulla di vivo sarà rimasto, se non il ricordo e forse, anco, il rimpianto. E però, avendo di mira il libro, che è cosa la quale, per tornare utile e dilettevole a ognuno, ha bisogno

Fonte di ispirazione per i docarte (documentari d'arte) che OSCOM elabora con le istituzioni di formazione di ogni ordine e grado come corso di formazione estetica per docenti delle scuole di ogni ordine e grado e per i tirocinanti del corso di beni culturali della Federico II, è la rivista "Napoli Nobilissima", intimamente legata al nome di Benedetto Croce.

Senza voler pretendere a quella qualità filologica, la collana di documentari *Nobilissima Napoli* ne persegue l'intento per portare nella formazione ordinaria *La Pedagogia della Bellezza*. Il documentario di quest'anno sarà realizzato da tirocinanti della *Federico II* e dalla *Scuola di Cinema ASCI*: tratta della sezione del Museo di Capodimonte *Magazzini Mele*, scenario dei laboratori del corso nel 2014. Qui di seguito gli interventi del laboratorio di scrittura che ha iniziato la sceneggiatura del documentario.

Nel documentario 2013, *Laboratori a Palazzo reale*, sono le interviste con *Fulvio Tessitore*, *Eliana Frauenfelder*, *Mario De Cunzio*, *Giuseppe Lissa*, *Franco Lista*, *Giuseppe Antonello Leone*, *Giovanni Ferrenti*

I Magazzini Mele

Martina Ippolito

La storia dei grandi magazzini e dello shopping, così come noi lo intendiamo, inizia nel lontano 1852, quando il parigino Aristide Boucicaut acquista il Bon Marchè, un emporio di tessuti ed abbigliamento che in poco tempo divenne il luogo preferito di ogni donna, dove si poteva acquistare abiti confezionati, biancheria, calzature ed altro ancora.

La vera rivoluzione era nella velocità su cui si basava questo tipo di attività commerciale, nel prezzo fisso esposto e nell'ampiezza dell'assortimento, messa in risalto dall'allestimento delle vetrine, che nei negozi tradizionali erano assenti.

Non bisogna poi dimenticare che con la nascita dei grandi magazzini si ebbe anche il fiorire dei cataloghi di vendita per corrispondenza grazie ai quali, non solo i clienti rivivevano l'atmosfera del negozio, ma si innescò anche quel processo di democratizzazione della moda che portò alla nascita della haute couture. In altre parole, grazie ai cataloghi, i canoni estetici d'oltralpe vennero divulgati in Italia e nel resto d'Europa.

In Italia, nonostante la condizione economica fosse molto diversa, in quanto c'era più povertà e meno urbanizzazione, non mancarono iniziative imprenditoriali che portarono alla nascita dei grandi magazzini "Alle città d'Italia" dei fratelli Bocconi, da cui è nata la Rinascente, ed "I Grandi Magazzini Italiani" dei Fratelli Mele a Napoli.

I fratelli Emiddio e Alfonso Mele inaugurarono i loro "Grandi Magazzini" il 5 ottobre 1889. Scelsero come luogo per la loro attività commerciale Palazzo della Borghesia, elegante edificio di nuova costruzione, su una vasta area di 2.000 metri quadrati. Certa l'ispirazione dei magazzini francesi come Le Bon Marchè e Lafayette, i due amavano Parigi. Ne nacque un organismo commerciale più che un'azienda, che si distinse per lo spirito di modernità. I prodotti in vendita sono di svariate categorie merceologiche, abbigliamento e arredamento, prodotti per l'igiene personale e cosmetici, corredi e tendaggi, tutto esposto con gran gusto nei diversi reparti.

Non solo i prodotti erano vari e molteplici, ma c'era un grandissimo assortimento: per quanto riguarda l'abbigliamento, si spazia dai capi di ultima moda al classico, sia maschile che femminile, dai capi per ragazzi e bambini, alle confezioni per signora, ai cappelli, alle pagliette, ai guanti ed ai ventagli, agli ombrelli, ricercati nel disegno come nei materiali, ai bastoni da passeggio, di raffinatezza unica, il tutto a prezzi che erano sì adeguati alla classe della merce, ma mai proibitivi, soprattutto se confrontati con quelli della concorrenza d'oltralpe, tanto da fare dei magazzini un polo d'attrazione per larghi strati dell'aristocrazia e della borghesia.

La sede di vendita napoletana, grandiosa ma pur sempre unica, non era l'unica via perseguita dai Fratelli Mele: parallelamente diedero il via ad un nuovo tipo di vendita, quella per corrispondenza che, grazie alla spedizione di cataloghi altamente curati e dettagliati, arrivò a coprire l'intero territorio nazionale. In breve tempo i due fratelli guadagnano così l'ammirazione, la stima e il favore d'un vastissimo pubblico, non solo napoletano.

Fu proprio questo il motivo per cui Emiddio Mele ricevette il titolo di Cavaliere dell'Ordine della Corona d'Italia il 10 febbraio 1895 con decreto di Sua Maestà Umberto I, mentre nel 1901 lo stesso sarà tra i primi a ricevere da Re Vittorio Emanuele III il titolo di Cavaliere del Lavoro.

I Mele furono molto diversi dal resto della borghesia mercantile napoletana: il loro fine non fu solo il profitto, ma impostarono la loro attività su una scala di valori nella quale primeggiano senza dubbio l'etica e l'estetica, e la convinta affermazione del lavoro e dell'arte quali straordinari mezzi di elevazione, insieme materiale e spirituale, dell'uomo moderno. Questi principi sono evidenti in ogni aspetto del loro essere e del loro fare, si e si riflettono nella qualità del loro rapportarsi all'uomo, che sia esso dipendente, cliente, il concittadino, la città intera. Prendiamo come esempio le sole attenzioni che avevano nei confronti dei dipendenti: medico inviato dalla ditta per chi si ammala, refezione giornaliera, e stabilimenti balneari gratuiti dove trascorrere le ferie.

Grazie all'efficienza dei servizi di vendita per corrispondenza, i fratelli Mele chiesero ed ottennero, il 31 luglio del 1895, dal Ministro competente, onorevole Maggiorino Ferraris, la concessione dell'esercizio di un ufficio postale e telegrafico, che aprirono nella vicina, sfolgorante e frequentatissima Galleria Umberto I, capolavoro d'ingegneria strutturale che aveva visto la luce solo qualche anno prima. Questo era formato da tre ampi locali, arredati con gusto, e c'erano tutte le comodità che si possono desiderare, una sala di scrittura in cui veniva fornito gratuitamente tutto ciò che serve per scrivere, e ben trenta sportelli aperti al pubblico per vari servizi: telegrammi, affrancatura, raccomandate, vaglia, pacchi postali, senza dimenticare i sei fattorini in bicicletta che, in elegante divisa, distribuivano per la città e per gli uffici lettere e telegrammi. Il loro amore per l'arte sfocia questa volta in un bando di concorso per giovani pittori napoletani che devono confrontarsi nell'esecuzione di due tele destinate ad abbellire la sala dell'ufficio stesso. Per le due opere, che saranno premiate con lire mille la prima e cinquecento la seconda, vengono scelti due temi allegorici, "Poste e Telegrafi" e "Commercio". I due fratelli, per la nomina di una commissione artistica incaricata della valutazione delle opere in concorso, si rivolgono al famoso pittore e senatore Domenico Morelli. Tra i bozzetti presentati alla commissione vengono prescelti quelli dei giovani Befani e Pucciarelli, ai quali è affidata l'esecuzione dei quadri.

Quanto i fratelli Mele siano stati degli innovatori lo si comprende dall'utilizzo che fecero della

pubblicità, per la quale investirono grandi somme di denaro. Questi sono gli anni in cui in Italia nascono, con il diffondersi dei giornali, le prime comunicazioni pubblicitarie e pagine di testate quali Il Mattino, La Tavola Rotonda, Monsignor Perrelli e Il Giorno, tra fine Ottocento e inizi Novecento. Il nome dei Grandi Magazzini compariva quindi su molteplici libretti illustrati, ma andarono oltre, affidando al commediografo Eduardo Scarpetta battute che avevano come fine quello di reclamizzare il marchio, e distribuendo piccoli gadget, come ventagli, specchietti ed altro, come propaganda.

“Massimo buon mercato” è il motto scelto dai Mele, uno slogan presente sui cartelloni sin dalla nascita dei magazzini, ad indicare una ben mirata politica dei prezzi, rivolta ad un pubblico vasto, attraverso articoli di ottima fattura ma alla portata dell’ampia fascia costituita dalla media borghesia. Per un decennio i manifesti vengono fatti eseguire a Napoli dove i due fratelli impongono al tipografo il loro gusto. In seguito, ricercando qualcosa di particolarmente artistico ed esigendo il massimo per l’immagine della loro azienda, si rivolgono all’Officina Grafica Ricordi di Milano, una realtà industriale all’avanguardia, per la quale lavorano cartellonisti, pittori, illustratori di grande talento. Gli autori dei manifesti Mele saranno così grandi firme come Beltrame, Caldanzano, Cappiello, De Stefano, Dudovich, Laskoff, Malerba, Mauzan, Mazza, Metlicovitz, Sacchetti, Terzi e Villa.

La voglia di offrire un pezzo di sé al panorama culturale partenopeo si intuisce dalle assidue frequentazioni intellettuali dei due fratelli, che intrattengono relazioni con poeti, musicisti, pittori, scultori, storici del calibro di Roberto Bracco, Eduardo Scarfoglio, Matilde Serao, Ferdinando Russo, Eduardo Scarpetta, Enrico De Leva e Benedetto Croce. Amico di Emiddio Mele è il politico Francesco Saverio Nitti che gli invia una lettera da Ischia il 3 settembre del 1904, nella quale invita il suo amico, che è in partenza per la Germania, a diffondere anche lì la legge per il risanamento economico di Napoli, approvata l’8 luglio dello stesso anno, ed inoltre, lo invita a studiare, nella nazione tedesca, la questione dei magazzini alimentari, come funzionano e quali nuove forme di vendita hanno introdotto.

Il cavalier Emiddio Mele, pur rendendosi assai utile alla città in innumerevoli occasioni, non accetta mai di scendere in politica, nonostante fosse stato più volte sollecitato. Addirittura venne iscritto, a sua insaputa, nella lista dei candidati alle elezioni amministrative del 1904, ma egli fa pubblicare il 12 giugno, sul quotidiano il Giorno, una lettera di smentita, con cui ringrazia le persone che hanno pensato a lui, ribadendo però il suo fermo proposito di astenersi da qualsiasi partecipazione diretta a movimenti politici e amministrativi, almeno fino a quando gli affari vanno avanti.

L’intera vita dei due fratelli fu dedicata alla loro azienda: il loro attaccamento al lavoro, inteso come necessità dello spirito, il modo responsabile con cui si inserivano nella società, sono queste le chiavi di lettura delle loro vite. Con la morte dei due fondatori (nel 1918 quella di Alfonso e nel 1928 di Emiddio), una diversa gestione e l’effetto della crisi economica del 1929 decreteranno la chiusura dei Grandi Magazzini Italiani, avvenuta nel 1932.