

M. Salerno, *Nel Regno del lusso. I consumi di pregio nei domini degli Angiò (secc. XIII-XIV)*, Roma, Carocci editore, 2024, 210, pp. ISBN 9788829028368

Il tema dei consumi di lusso nel Medioevo è stato al centro di importanti riflessioni storiografiche, sia in ambito italiano che internazionale. Il volume di Salerno si inserisce in questo filone di indagine, arricchendolo attraverso lo studio del Mezzogiorno italiano tra il XIII e il XIV secolo. La pubblicazione è frutto delle ricerche svolte nell'ambito del progetto PRIN 2020 *"Per (ri)scrivere la storia del Mezzogiorno bassomedievale. Forme testuali del potere (secoli XIV-XV)"*, diretto da Francesco Senatore dell'Università "Federico II" di Napoli, progetto che ha visto Salerno impegnata in qualità di responsabile dell'unità del Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università della Calabria, anch'esso partner progettuale. Il volume prosegue idealmente le riflessioni già sviluppate da Salerno nel 2020 con *La trama del Medioevo*, dedicato alla produzione e al consumo di fibre tessili nell'Italia meridionale. In questa nuova pubblicazione, l'autrice concentra l'attenzione sulle dinamiche del consumo di lusso nel periodo angioino, collocandosi all'interno di un dibattito trentennale che ha analizzato il lusso come categoria utile alla comprensione delle pratiche di consumo, delle strategie produttive, delle reti commerciali e delle forme di rappresentazione sociale. L'interrogativo da cui muove la ricerca riguarda il ruolo giocato dall'insediamento della corte angioina a Napoli nella diffusione e legittimazione di pratiche di consumo di lusso. Il radicamento della dinastia francese nel Mezzogiorno coincide con un momento cruciale per l'evoluzione della cultura materiale: il XIII secolo segna una svolta nella funzione sociale dell'abbigliamento, che diviene uno strumento centrale nella definizione dell'identità, del prestigio e della posizione sociale, non solo per le élites, ma anche per i ceti intermedi e subalterni. L'abbigliamento e gli accessori, più o meno preziosi, diventano strumenti attraverso cui affermare un'identità sociale, comunicare uno *status*, rendere visibile – e riconoscibile – la propria posizione all'interno della società.

Sin dall'ingresso trionfale a Napoli, Carlo I d'Angiò si serve dei manufatti di lusso (abbigliamento e preziosi) per comunicare l'affermazione di un re *ricco e potente* sulla dinastia sveva, sia agli occhi della nobiltà locale che a quelli dei suoi nuovi sudditi. Questa strategia di distinzione permane nei secoli del dominio angioino con importanti conseguenze nella società regnicola che Salerno espone nel corso dei cinque capitoli che compongono il volume. Nel primo capitolo, l'autrice ripercorre le vicende della dinastia angioina da Carlo I (1266) a Giovanna I (1343), concentrandosi in particolare sulle committenze regie, al fine di cogliere il valore sociale del consumo espresso. Il secondo capitolo offre un quadro ancora più approfondito dei consumi di lusso alla corte angioina, mettendo in luce le connessioni che legano Napoli alla Francia e ad altri contesti capaci di fornire manufatti in grado di soddisfare il gusto e le esigenze della corte. Nel terzo capitolo, l'analisi si amplia alle ricadute sociali dei consumi degli Angiò, con particolare attenzione ai fenomeni di emulazione da parte della nobiltà meridionale. Tra i casi analizzati, spicca quello della famiglia Sanseverino, esaminato grazie alla documentazione conservata nel relativo fondo archivistico presso l'Archivio di Stato di Napoli. Il quarto capitolo è dedicato al matrimonio tra Eleonora d'Angiò e Federico III d'Aragona, evento che suggella la pace tra le

due dinastie dopo la guerra del Vespro e rappresenta un momento emblematico in cui l'ostentazione del lusso da parte angioina veicola un messaggio di superiorità politica nei confronti della controparte aragonese. Il volume si chiude con un quinto capitolo dedicato al tema dei divieti del lusso, attraverso l'analisi delle leggi suntuarie promulgate nel Mezzogiorno. L'indagine si estende così al di fuori dell'entourage di corte, offrendo uno sguardo più generale sulla società e sul suo rapporto con il lusso in una fase storica in cui – grazie alla diffusione di botteghe artigiane specializzate e al commercio internazionale – una parte crescente della popolazione accede all'acquisto di beni anche di pregio.

Nel *Regno del lusso* si risponde pienamente, a nostro avviso, agli obiettivi scientifici del progetto che lo ha sostenuto, volto alla riscrittura della storia del Mezzogiorno bassomedievale. La storiografia meridionale continua, infatti, a presentare un significativo vuoto in relazione agli aspetti sociali ed economici: il volume di Salerno contribuisce a colmarlo, portando alla luce dinamiche rilevanti che plasmano l'economia e la società del regno, inserendole in una cornice coerente con le trasformazioni coeve dello spazio euro-mediterraneo. L'autrice arricchisce il dibattito sul consumo e sulla circolazione dei manufatti di lusso nel Mezzogiorno, fenomeno tradizionalmente attribuito *sic et simpliciter* all'iniziativa di mercanti forestieri in cambio di materie prime locali. Salerno propone una lettura più articolata, centrata sulle strutture interne della società meridionale e inserita nel contesto evolutivo che precede l'avvento della monarchia aragonese, quando molte di queste dinamiche conobbero nuovo slancio. Il volume si impone così come una premessa interpretativa innovativa, proponendosi quale lettura complementare – e, per certi aspetti, alternativa – al classico *Le commerce et les marchands* di Georges Yver, pubblicato agli inizi del Novecento.

Sarah Procopio
Università di Padova
10.60923/issn.2533-2325/22334