

Una bottega del Cassaro nel Quattrocento

Denise Gargano
Bibliotecaria, dirigente
presso la Biblioteca
Regionale A. Bombace

Palermo fu, per tutto il Quattrocento, almeno fino al 1492, annus horribilis della cacciata degli ebrei dalla Sicilia voluta da Ferdinando re di Spagna, un esempio riuscito di coabitazione tra gruppi differenti che, anche a dispetto delle normative che imponevano separazioni, interagivano quotidianamente, come dimostrato dalla cospicua documentazione notarile del tempo

Non è un'immagine a raccontarci una bottega del Cassaro nel Quattrocento, ma un atto notarile coevo che riesce a descriverla, però, in maniera vividissima¹.

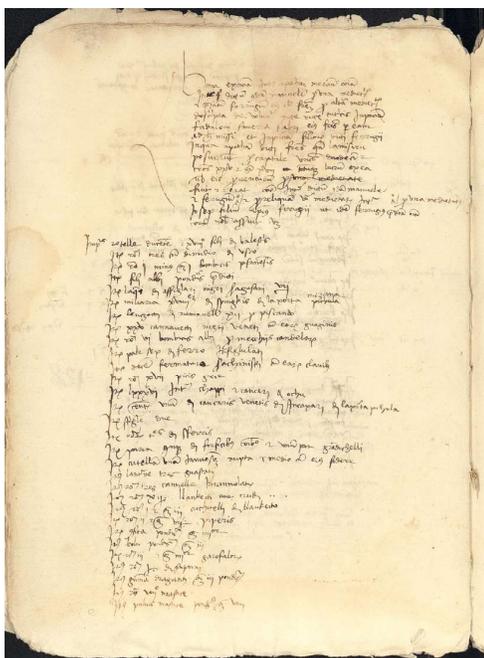
Si tratta della bottega di Farrugio e Manuel Sivena, due cittadini ebrei di Palermo, che a metà del Quattrocento spesero 12 onze, 25 tari e 17 grana “quando la misiru”.

Il notaio Taglianti redige l'atto su richiesta di Ricca, vedova di Manuel, morto senza lasciare testamento: vuole farsi nominare tutrice dei due figli minori e chiede un resoconto dettagliato dei beni appartenenti al marito; molti sono in società col fratello Farrugio.

La bottega si trovava sulla Platea Marmorea, la strada commerciale del quartiere del Cassaro dove, come ampiamente testimoniato dalla documentazione notarile del tempo, risiedevano moltissimi ebrei che avevano le loro case confinanti con quelle dei cristiani: nonostante diversi tentativi di creare una separazione netta tra le due comunità e l'esistenza di un quartiere ebraico (la Giudecca), tuttavia la presenza di ebrei nel Cassaro, sia come residenti, sia come operatori commerciali non fu affatto episodica.

Nel caso della bottega di Farrugio e Manuel, come si evince anche dagli inventari dei beni commerciati, si può parlare, come sottolinea Angela Scandaliato², di “emporio”, fatto tutt'altro che trascurabile, considerato che questa tipologia di commerci era allocata in un altro quartiere della città, ovvero la zona del porto³.

Nella bottega si trovava di tutto, per ogni esigenza di acquisto: fili per balestre, fili di bombice per le candele, pece greca, cannella incannolata, pepe, chiodi di garofano, noce moscata e cannella in polvere, zenzero, sesamo dolce e giuggiuolena, ditali per sarto, carta straccia e carta bianca per scrivere, ami da pesca, zafferano, carte da gioco, zoccolotti da donna⁴.



Un'immagine dell'atto notarile oggetto della ricerca

L'inventario della bottega redatto dal notaio è una sintesi perfetta di quanto circolava in termini di beni di consumo a Palermo a metà del Quattrocento. Gli artigiani, ebrei e non, trovavano ciò che serviva per le varie attività: corde di vario tipo per le tonnare, attrezzi e ferramenta per i carpentieri, attrezzature varie per la pesca; su alcuni beni è però il caso di soffermarsi in modo particolare.

Le spezie: servivano per insaporire i cibi ma anche per conservarli; alcune erano ingredienti essenziali di dolci propri della Comunità ebraica (esempio la kubaita, a base di zucchero e sesamo, dolce che ancora oggi si può trovare sui banchi nelle fiere di paese).

La carta: straccia o bianca per scrivere, le quantità indicano che non era un bene diffusissimo.

Le carte da gioco e i dadi: considerato che le autorità più volte avevano emanato norme contro il gioco, la presenza nella bottega di

1 - ASP, not. G. RANDISI, reg. 1151, cc. 126r-130r, 4 aprile 1471 Ind. IV

2 - A. Scandaliato, *l'ultimo canto di Ester: donne ebreiche del medioevo in Sicilia*, Sellerio, Palermo 1999, pp.167 - 170

3 - H. Bressi, *Arabi per lingua, ebrei per religione: l'evoluzione dell'ebraismo siciliano in ambiente latino dal 12° al 15° secolo*, Mesogea, Messina 2001, p. 115

4 - ASP, not. G. RANDISI, reg. 1151, cit., cc. 128 v. - 130 r.

numerosi pezzi per la vendita suggerisce che i divieti, forse, non erano molto rispettati⁵.

La bottega non era l'unica attività (e forse neanche la più lucrosa) a cui si dedicavano i fratelli Sivena: commerciavano vino, formaggi e tonno. Va ricordato che per essere considerati *kashèr*, cioè conformi ai dettami della religione ebraica, vino e formaggio dovevano essere prodotti seguendo particolari prescrizioni; agli ebrei era consentito consumare soltanto vino e formaggio *iudisco*, prodotti che comunque erano molto apprezzati anche dai cristiani: le quantità di prodotto scambiate sono infatti di gran lunga superiori alla capacità di consumo della Comunità ebraica⁶.

I Sivena commerciavano il loro vino presso

la taverna di Ioseph de Minichi, che si trovava pure nel quartiere del Cassaro.

Nel magazzino della bottega erano conservati 24 barili di *tonnicci necti*, il tonno di migliore qualità, essendo il tonno alimento *kashèr* e quindi molto consumato dagli ebrei.

Alla morte dei due fratelli, avvenuta per entrambi intorno al 1470, la bottega fu gestita da Ricca, vedova di Manuel, e dai figli di Farrugio, almeno fino al 1492, quando, come con un colpo di bisturi, per effetto del decreto di espulsione e nonostante la Comunità ebraica di Palermo fosse riuscita a strappare una dilazione dei tempi fino a gennaio 1493, fu annientata la presenza degli ebrei nella città che durava da più di un millennio. [•]

Dalla bottega dei Sivena al riconoscimento dei negozi storici per un nuovo umanesimo di impresa

Assunta Lupo intervista Patrizia Di Dio

La Fondazione è impegnata, come è noto, nel progetto di riconoscimento delle Botteghe storiche di Palermo, che prosegue, dopo l'avvio in via sperimentale che ha portato a giugno 2018 alla consegna delle prime 50 targhe ad esercizi commerciali ed imprese ricadenti, per la maggior parte, nella zona del centro storico ed in particolare del Cassaro Alto.

La storia di un emporio sito in quella zona a metà del sec. XV, gestito da una donna, ebrea e vedova, è particolarmente interessante e dimostra, fra l'altro, la continuità della frequentazione dei luoghi per le stesse attività. Pertanto abbiamo posto a Patrizia Di Dio – imprenditrice, Presidente di ConfCommercio Palermo e capofila del progetto – alcune domande sull'economia della bellezza e sul futuro delle Botteghe storiche, anche alla luce del Manifesto per un nuovo Umanesimo di impresa redatto da ConfCommercio – terziario donna.

Da cosa nasce la tua idea di economia della bellezza?

L'Economia della Bellezza trae spunto dal nostro Bel Paese, sinonimo di Bellezza per patrimonio culturale, artistico, monumentale, paesaggistico, ma anche per la qualità di vita, di alimentazione e per essere nel mondo punto di riferimento di "buon gusto", di moda e di design di alto livello, come leva vincente per il rilancio del nostro Paese.

L'economia della Bellezza è strettamente connessa all'Economia del Bene Essere. Noi pensiamo che anche in un mondo futuro dominato dalla tecnologia, dobbiamo coltivare la nostra umanità, e dobbiamo impegnarci nel mettere al centro l'importanza della funzione della relazione e del fattore umano per l'individuo, l'impresa e la comunità. Gli operatori economici devono, quindi, interrogarsi sulla dignità del proprio lavoro e delle proprie imprese.

Quali sono le azioni possibili per realizzare un percorso di sviluppo sostenibile con attività commerciali legate alle tradizioni culturali del territorio?

Ritengo urgente tutelare il patrimonio culturale, identitario e commerciale delle nostre città. Dobbiamo promuovere quelle iniziative volte a ristabilire un'armonia fra patrimonio storico-monumentale e offerta commerciale, anche in funzione di quella attrattività turistica che suscitano le realtà urbane italiane nei riguardi del visitatore straniero. Questa armonia è messa a serio rischio in assenza di concertazione fra Istituzioni pubbliche e private, al contrario necessaria per contenere il proliferare di attività di ogni tipo e non armoniche che oggi rischiano di snaturare i nostri contesti urbani, rispetto ad un mix merceologico e di tutela delle nostre attività caratteristiche di tradizione e saperi.

Quale futuro per i negozi storici a Palermo?

I negozi storici hanno ottenuto i nostri "riconoscimenti" perché sono testimonianza oltre che di saperi anche di coraggio e di forza mantenuta nel tempo, da generazione a generazione. Oggi è necessario che i Negozi storici, anche grazie alle nuove tecnologie, traducano il valore storico e identitario in opportunità di promozione e di vendita, consegnando a cittadini e turisti un'esperienza d'acquisto unica, fatta di imprese che per storicità dimostrino d'aver solide radici, ma di avere anche uno sguardo proiettato al futuro, capace di guardare con coraggio alle sfide che si dovranno affrontare in un mercato sempre più globale e digitale.

5 - G. e B. Lagumina, *Codice diplomatico dei giudei di Sicilia*, Tipografia di M. Amenta, Palermo 1884-88, vol. I, pp. 201 e 354

6 - S. Simonsohn, *Tra Scilla e Cariddi: storia degli Ebrei in Sicilia*, Viella, Roma 2011, pp. 362 e ss.