

Centro commerciale naturale
CHIAVARI
Storia Tradizione Modernità

inquadra il QR Code



scarica la brochure



PROMOTUR



PROMOTUR

Centro commerciale naturale
CHIAVARI
Storia Tradizione Modernità





entro commerciale naturale

CHIAVARI

Storia Tradizione Modernità

Lo sviluppo del lavoro, dell'economia e del commercio, con tutte le problematiche connesse, è senz'altro una delle priorità che la società contemporanea si trova a dover affrontare. Uno sviluppo che per sua natura guarda al presente e ancor più al futuro, al mondo della comunicazione globale e della trasformazione digitale, in una parola alla modernità; uno sviluppo che però, al tempo stesso, non può e non deve prescindere dall'attenzione rivolta alla storia, che attraverso le vicende umane e sociali della collettività con il tempo si tramuta in cultura, in tradizione.

E questo è ancora più vero se pensiamo alle origini millenarie di Chiavari e alla sua antica vocazione commerciale; oggi la città, grazie alla sua storia e alle sue tradizioni, vuole guardare con fiducia e ottimismo al futuro anche con il suo centro commerciale naturale e i suoi negozi. È con queste premesse che Promotur promuove questa pubblicazione, anche in virtù del suo ruolo "istituzionale".

Promotur Chiavari, operativa dal 1989, è un'associazione di promozione turistica che opera in tutto il comprensorio chiavarese, in particolare si occupa di organizzare il Mercatino dell'Antiquariato, appuntamento mensile che si svolge nel centro storico. Promotur sponsorizza e associa inoltre il suo marchio ad iniziative quali eventi culturali, manifestazioni sportive e commerciali.

Giampaolo Roggero
Presidente Promotur Chiavari

La città di Chiavari è da sempre il punto di riferimento del territorio, sia per la cultura che per il commercio. Cuore pulsante di attività e botteghe commerciali. Un vero e proprio centro commerciale a cielo aperto, capace di offrire un'esperienza unica e coinvolgente, e allo stesso tempo un luogo di incontro e socializzazione.

Il commercio continua a rappresentare un elemento fondamentale dell'economia di Chiavari e la varietà delle sue proposte è in grado di soddisfare le esigenze dei consumatori. Per questo motivo, continua l'impegno da parte della nostra Amministrazione Comunale per valorizzare e sostenere gli esercizi locali, con iniziative a loro dedicate.

In questo contesto Promotur svolge un ruolo importante, organizzando anche eventi e manifestazioni in grado di richiamare numerosi visitatori, tra cui il tradizionale Mercatino dell'Antiquariato, in programma ogni mese nel centro storico, e la Festa del Perù e dei Liguri nel Mondo. Continueremo a lavorare insieme per far crescere Chiavari e mantenere vive quelle tradizioni che fanno della città dei portici un unicum nel comprensorio e una destinazione ambita.

Gianluca Ratto
Assessore alla Promozione della Città

Un CENTRO COMMERCIALE NATURALE IDENTITARIO

La tradizione commerciale chiavarese trae origine e forza da una lunga storia, che dalle botteghe medievali situate al piano terra porticato degli edifici di “strada dritta”, si affaccia alla modernità e si apre ai mercati internazionali tra Otto e Novecento, per giungere ai giorni nostri tenendo ancora saldo il timone della tradizione.

Tradizione vuol dire affondare le proprie radici nella storia, ma vuole anche dire serietà e professionalità, dialogo e complicità sia con i clienti sia con i fornitori, possibilità di offerta di prodotti particolari e di qualità: oggi si possono trovare a Chiavari prodotti raffinati ed esclusivi, in grado di soddisfare anche la clientela più esigente. Tradizione vuol dire identità, individuale e collettiva, vuol dire realtà a misura d’uomo.



34

STORIA

“La terra è silicata, dotata di civiltà, di bella piazza e di belli edifici; e si fa solenne mercato, e vi concorrono genti assai”

Agostino Giustiniani, *Annali della Repubblica di Genova*, XVI secolo

“Le sue Chiese sono ricche, le Piazze grandi, le Fabbriche belle tutte con Sottopor-
tici, et è frequentata da più parti, col concorso di molti Popoli per il suo Traffico”

Matteo Vinzoni, *Il Dominio della Serenissima Repubblica di Genova in Terraferma*, XVIII secolo



TRADIZIONE

“Ma riavuto il popolo da’ sofferti danni, tutto si diede all’industria, al commercio e all’agricoltura”

Carlo Garibaldi, *Della storia di Chiavari*, 1853



Tealdo & C. Telerie Tovaglierie Macramè, Via Vecchie Mura, 1920

MODERNITÀ

“Una città commerciale è qualcosa di più di un luogo di scambi, di offerta di servizi e di consumo, essa è un centro propulsore di attività economiche e sociali generate ed animate dal commercio”

Caterina Cirelli, in *Il Centro Storico, Centro Commerciale Naturale*, 2013





I PORTICI, il COMMERCIO, le BOTTEGHE

I Genovesi diedero inizio all'urbanizzazione di Chiavari nel corso del XII secolo. Nell'ottobre del 1178 i Consoli di Genova autorizzarono la costruzione delle abitazioni nella zona pianeggiante sottostante il castello, in modo da costituire tre contrade allineate e parallele corrispondenti ai "carruggi" principali della città, "tagliati" perpendicolarmente da una serie di vie più strette. Chiavari nasceva così sulla "maglia a scacchiera" che ancora oggi la caratterizza.

I negozi situati sotto i portici di Chiavari sono oggi circa 400. La nascita dei portici, così come li ammiriamo ancora oggi, risale all'imponente edificazione intrapresa dai Genovesi, interessati allo sviluppo urbano e mercantile di una città alleata, punto strategico per l'intersecarsi di importanti vie commerciali e di comunicazione.

Il portico, nato per motivi funzionali, si sviluppa quindi nello spirito dei tempi, con l'affermarsi del "borgo" e dei commerci, diventando ben presto un elemento architettonico e urbanistico salvaguardato dalle norme della collettività. Dal Medioevo al Quattrocento vengono via via edificati i portici di Via Ravaschieri, Via Raggio, Via Bighetti, Via Martiri della Liberazione, Via Rivarola, Via Remolari, Via Rupinaro, Via dei Gandolfi, Via Costaguta, Via Vittorio Veneto, Via Entella.

Il piano terra delle abitazioni aveva funzione commerciale: le attività "di bottega" e artigianali si svolgevano proprio nell'antistante spazio, aperto ma coperto. Una tradizione mai abbandonata, che è giunta fino ai nostri giorni, rinnovandosi senza tradire le sue radici.



Successore di Luigi Lanata e Sorella



GRANDIOSI MAGAZZINI DI TESSUTI

Variato assortimento
* di **STOFFE** *
per uomo e signora

CHIAVARI

Corso V. Emanuele 23 - p. 1°, p. terreno

* **IMPORTAZIONE DIRETTA DALLE PRIMARIE FABBRICHE** *

di Francia, Inghilterra, Germania e Nazionali

ALTEROCCA - TERNI

I negozi sotto i portici, da sempre una tradizione chiavarese



Piazza XX Settembre poi Matteotti, 1920, Fiera di Sant'Antonio

I MERCATI e la FIERA di SANT'ANTONIO

Fin dal Medioevo i Chiavaresi sono i protagonisti di un fiorente mercato locale, che risponde alla duplice esigenza da un lato di smerciare i prodotti agricoli delle proprie terre e di procurarsi quelli che scarseggiano e, dall'altro, di soddisfare il fabbisogno delle proprie attività. Particolarmente sviluppato era il commercio collegato all'industria tessile: erano artigiani che acquistavano le materie prime ed i manufatti necessari per la lavorazione. I tessuti commerciati erano di vario tipo e il volume d'affari già cospicuo.

Affonda le sue radici nel Medioevo anche la più nota fiera cittadina, la fiera di Sant'Antonio, un tempo grande raduno del mondo contadino e pastorale a margine delle funzioni religiose dedicate al Santo che si svolgevano presso l'attuale Piazza Nostra Signora dell'Orto ogni 17 gennaio.

Nel tempo la manifestazione si trasforma in grande fiera agricola e commerciale e si amplia nell'offerta delle produzioni, in particolare negli attrezzi e nei prodotti per l'agricoltura.

“Una fiera che dura dal Mille: è la tradizione più antica”.

“Insieme con la festa ebbe origine anche la fiera omonima, che ai nostri tempi ha raggiunto un notevolissimo incremento e si protrae per tre giorni in un clima strapaesano”.

Il Chiavarese, anno II, n. 10, febbraio 1959



Dalla STORIA alla TRADIZIONE

Dopo la grande vitalità economica, politica ed urbanistica del Duecento e Trecento, un rinnovato sviluppo dei commerci si ha a partire dai primi decenni del Seicento: si istituisce un nuovo mercato da tenere i primi di luglio e tutti i giovedì dell'anno, mercato "che si rese floridissimo", così ci racconta Carlo Garibaldi nella sua *Storia di Chiavari*.

Inel Settecento Chiavari assume le caratteristiche fondamentali della dinamica città moderna, nel complesso della vita culturale, economica e civile.

Il commercio allarga i propri orizzonti, cresce il numero di addetti in particolare nelle forniture marittime (da cui trae il nome Via Remolari), nella conciatura delle pelli (attiva in particolare in Via Bighetti, che deve la propria denominazione agli artigiani del legno che producevano le "bighe"

(cioè gli attrezzi un tempo impiegati specialmente a bordo di navi e nei cantieri navali per sollevare pesi), nell'oreficeria (le fonti raccontano di cinque "favregghi", orefici, già agli inizi dell'Ottocento) e nella lavorazione di tele, cordami e stoffe pregiate quali lino, velluti e damaschi. Alla fine del Settecento, nel circondario chiavarese oltre la metà degli abitanti erano dediti a queste attività.

All'inizio dell'Ottocento Chiavari punta ancora sull'espansione dell'artigianato e del connesso commercio; emerge l'artigianato e il commercio del mobile, che danno avvio alla fiorente produzione delle sedie, rese celebri dall'originale forma creata da Gaetano Descalzi "il Campanino".



Un NUOVO ORIENTAMENTO ECONOMICO

Negli ultimi decenni dell'Ottocento molti emigrati chiavaresi che avevano intrapreso attività commerciali oltre oceano, nelle Americhe – là protagonisti di un rapido successo imprenditoriale – intessono relazioni con industrie italiane, importando ed esportando prodotti manifatturieri. La moderna vocazione commerciale di Chiavari nasce in quel momento.

L'emigrazione, con le rimesse di chi rimane all'estero e gli investimenti di chi torna in patria, contribuisce allo sviluppo del nuovo orientamento economico della città: i mezzadri diventati piccoli proprietari e i bottegai e gli artigiani diventati commercianti e industriali sono i protagonisti dello sviluppo economico della città.

Nel frattempo si reinveste nelle grosse proprietà nobiliari cittadine, anche con il favore di una nuova vitalità finanziaria. Entro i primi decenni del secolo scorso una serie di piani e di progetti ridisegnano l'assetto di Chiavari: nuove piazze e ampie vie, aperte nelle aree circostanti al centro storico, diventano protagoniste della vita sociale, economica e commerciale chiavarese.



Piazza Mazzini, Agenzia Marittima Sambuceti Domenico, 1907

STAZIONI MARITTIME e ISTITUTI di CREDITO

Con l'emigrazione si sviluppa notevolmente la presenza e l'attività delle agenzie marittime, già dedite alla circolazione delle merci, in particolare nel traffico di piccolo cabotaggio. Migliaia sono gli emigrati nelle Americhe passati attraverso lo scagno che Gerolamo Gramatica aveva aperto nel 1850 (poi dei Sambuceti), prima per la Società Rubattino poi per la Navigazione Generale Italia e altre Compagnie.

Verso gli stati dell'America del Sud si orientarono prevalentemente commercianti e artigiani delle cittadine, nel Nord America, invece, fu prevalente la presenza dei contadini. Fra le provincie liguri quella di Chiavari detenne il primato del più alto numero di passaporti rilasciati, quasi 16.000 solo tra il 1869 e il 1878.

Anche se la tradizione finanziaria chiavarese ha origini più antiche – la “Banca Ghio” venne fondata nel 1790 – è in questo periodo che, grazie alle rimesse degli emigrati, sorgono numerose le banche e gli istituti di credito. Nel 1857 viene fondata la “Cassa di Risparmio di Chiavari”, primo esempio di istituto pubblico costituito dal Comune e dalla Società Economica; nel 1867 la “Banca Privata dei Fratelli Rocca”; nel 1872 la “Banca Commerciale Chiavarese” e la “Banca Popolare Chiavarese”; nel 1873 il “Credito Chiavarese” e la “Cassa Generale Chiavarese”. Ancora presente come denominazione è il “Banco di Chiavari e della Riviera Ligure”, fondato come “Banco di Sconto del Circondario di Chiavari” nel 1870.

✦ Esportazione ✦

TELERIA DI LINO
E MACRAMES

PREMIATA FABBRICA IN

VINCENZO BADARACCO

PER ARTES

CHIAVARI 1891

SPECIALITÀ

FRANGIA RICAMATA
a punto antico ed a
punto moderno

CHIAVARI

VIA CITTADELLA, N° 5-6-7.

GENOVA 1892

CHICAGO 1893

W. STAB. LIT. F. M. GABELLA, GENOVA

The advertisement is a detailed black and white illustration. At the top, it features the text '✦ Esportazione ✦' flanking 'TELERIA DI LINO E MACRAMES'. A large, stylized banner across the middle reads 'VINCENZO BADARACCO'. To the left, a circular emblem contains a coat of arms with a crown and the motto 'VETAMUS EXCOLVERE'. Below this, several medals are depicted, including one from Genoa 1892 and another from Chicago 1893. The text 'SPECIALITÀ FRANGIA RICAMATA a punto antico ed a punto moderno' is prominently displayed. At the bottom, the name 'CHIAVARI' is written in large letters, followed by the address 'VIA CITTADELLA, N° 5-6-7.'. The bottom left corner includes the printer's information: 'W. STAB. LIT. F. M. GABELLA, GENOVA'.

Una RIVOLUZIONE COMMERCIALE

Per buona parte dell'Ottocento la maggior parte dei prodotti disponibili erano realizzati nelle botteghe e nei laboratori della città, con una stretta relazione tra artigianato e commercio. Alla fine del secolo la nuova disponibilità di merci su più vasta scala e la conseguente specializzazione delle attività economiche determinano una vera rivoluzione commerciale e produttiva. Sono gli anni in cui anche le attività estrattive dell'entroterra, in particolare dell'ardesia, assumono una nuova dimensione.

Il mondo della lavorazione tessile, che a Chiavari vantava una tradizione già secolare, liberatasi dai vincoli delle corporazioni e dalle restrizioni che impedivano la libera apertura di nuove attività, è ora in grande espansione. Il settore può contare già su propri sbocchi commerciali in città, quasi 100 negozi nell'ultimo quarto del secolo, dislocati nel

centro storico e nelle piazze di recente realizzazione. Molto diffusa risulta anche la produzione e la vendita di calzature. Anche i prodotti agricoli – e il pesce – sono venduti non solo presso la produzione, ma anche presso punti vendita dedicati, circa 20 in quel periodo.

Le preziose “statistiche” di Lazzaro Boeri, pubblicate nel 1878, registrano poi in gran numero negozi di granaglie, farine e derivati, panificatori, macellai, “pizzicagnoli” e, ormai in piena Belle Époque, drogherie, gelaterie e confetterie, che permettono l'assaggio di beni “di lusso”: caramelle, vini, liquori; non mancano i tipografi e i copisti e, allora per le classi più agiate, gli occhialai, i gioiellieri, gli orologiai.



Un manifesto d'epoca

BELL'ÉPOQUE e ANNI RUGGENTI

Intorno al nucleo storico del “centro commerciale naturale”, con i suoi “carruggi” porticati, si estende la Chiavari pensata e disegnata tra l'Ottocento e il primo Novecento.

Corso Garibaldi, Piazza Matteotti “delle carrozze”, Piazza Roma, Corso Dante, Piazza Cavour, sono i nuovi centri gravitazionali del commercio, dell'intrattenimento e della vita sociale della Belle Époque, epoca in cui sorgono nuovi ed eleganti negozi e locali alla moda, caffè chantants e ristoranti – tra i quali il caffè e pasticceria Roma, all'interno del quale aveva sede il Teatro Eden Varietà – espressione ancora oggi viva di una frenetica modernità che cerca di non dimenticare la tradizione.

Un'epoca che vede inoltre lo sviluppo di una nuova arte, quella dei manifesti, della grafica promozionale e dello slogan, antesignani del moderno marketing pubblicitario.

E poi il lungomare, con le osterie marinare vicino ai cantieri navali, i primi locali e gli stabilimenti balneari protagonisti di un turismo allora emergente – nel 1925 sorse il “Tirrenia”, dotato di bar e dancing dove si svolgevano le prime gare di danze esotiche – che oggi a distanza di un secolo costituisce una delle attività principali della città: quasi 400 sono le strutture ricettive e circa 200 i bar e ristoranti.





1930, il ristorante Tirrenia, costruito nel 1925

II SECONDO DOPOGUERRA

Nel secondo dopoguerra, anche grazie all'affermazione del settore turistico, gli addetti al commercio aumentano nettamente; negli anni Settanta e Ottanta circa un quarto della popolazione attiva è dedicata al commercio. Il commercio rappresenta in questo periodo la componente principale della vita economica della città, anche grazie alla sua posizione geografica e all'affermarsi del turismo residenziale.

Nel frattempo il commercio al dettaglio, dapprima basato in particolare su esercizi commerciali destinati alla vendita di beni di prima necessità, vede sorgere negozi di ogni genere, gestiti attraverso una solida tradizione ed esperienza commerciale.

Si mantiene allo stesso tempo la tradizione dei mercati, frequentatissimi.



Mercato del pesce, 1970





Un NUOVO MODELLO di SVILUPPO

Lil centro commerciale naturale di Chiavari, forte della propria tradizione, vuole oggi affermarsi come un modello di sviluppo capace di promuovere ancora la cultura della polis, accanto al modello funzionalistico orientato agli spazi extraurbani.

Lo sviluppo industriale e tecnologico ha cambiato le necessità quotidiane e orientato il consumatore verso nuove consuetudini: la forte e radicata caratterizzazione commerciale della città non può ignorare tale deciso mutamento della cultura del vivere.

In città la persistente presenza del piccolo commercio oppone, all'omologazione standard della quantità, la diversificazione, di luogo, offerta e domanda, oltre alla personalizzazione del servizio e alla preziosa integrazione con le attività della cultura e dell'intrattenimento.

Un ruolo del commercio dunque attivo, propositivo, partecipativo e integrativo della vita sociale della città: mostre, esibizioni, concerti, manifestazioni sportive, eventi tematici e folkloristici, festival.



La MOSTRA MERCATO dell'ANTIQUARIATO

Lil fascino dell'antico va in scena a Chiavari da quarant'anni, grazie alla Mostra Mercato dell'Antiquariato, che si svolge nel centro storico la seconda domenica di ogni mese e il sabato che la precede; ospita banchi di ogni genere, dalle piccole ceramiche ai grandi complementi di arredo, dalle collezioni ludiche ai monili antichi. Organizzato da Promotur, è stato ideato dall'Associazione Ascom e da un gruppo di volontari nel 1984 ed è ormai un appuntamento fisso per tutti gli appassionati del settore.

È una delle più importanti manifestazioni del genere in Liguria: sono numerosi gli espositori del Centro e Nord Italia, ma sono presenti anche gli stranieri, provenienti in particolare da Francia e Germania.

La domenica del "Mercatino", in Piazza Mazzini e in Corso Garibaldi, Chiavari ospita l'evento "Artisti di Strada", una serie di esposizioni di artisti e creativi: si possono trovare banchetti specializzati in macramè, tombolo, legno, intagliato, decoupage, pittura su vetro, candele, fotografie, cappelli, abiti e tanto altro ancora.



Una TRADIZIONE VISIBILE

L'offerta commerciale chiavarese si rinnova e si amplia, ma punta con coraggio sul dettaglio e sulla qualità della merce. Una “galleria di vetrine”, dove fashion brand storici e marchi del lusso convivono con prodotti ricercati e di nicchia, si affaccia sotto gli antichi portici e incornicia le storiche piazze della città. Anche il visual merchandising ha origini antiche: in ogni vetrina, estetico punto luce di apparenza commerciale, si manifestano e talvolta si nascondono storie, esperienze, passioni.

Nelle vetrine il moderno convive con la storia e la tradizione. Originali elementi architettonici e d'arredo d'epoca, in stile Liberty, quali insegne, vetrine e ingressi realizzati da abili intagliatori, decoratori e indoratori connotano e impreziosiscono il patrimonio commerciale del centro, capitale sociale di relazioni umane, custodia di tradizioni, di antichi mestieri e saldo presidio dell'identità del territorio.





Un FUTURO POSSIBILE

Quasi 2000 sono le attività censite sul territorio di Chiavari. Di esse, circa 700 sono esercizi commerciali.

Chiavari è da sempre città a forte vocazione commerciale e la “polis” vanta un ricco patrimonio costituito da esercizi storici, negozi, attività, eventi e tradizioni, con numeri in aumento e prospettive positive.

Ogni anno sorgono decine di nuove attività che scelgono le piazze e le vie di Chiavari quale “paesaggio storico” e contesto d’eccellenza per il proprio presente e futuro commerciale. Il fisiologico turnover è un processo congenito, specchio di una società in evoluzione che non può prescindere dalla creatività, da un reciproco rapporto di relazione e di complementarietà tra le varie forme di commercio e talvolta da dinamiche competitive e attrattive più complesse di quando non fossero nel passato.



Referenze fotografiche:

Fotografia di copertina, pagine 5, 7, 11, 12, 14, 18, 20, 33, 34, 36, 38, 40, 41, 43: Riccardo Penna

Pagine 9, 15, 16, 22, 24, 28, 29, 32: Collezione Franco Delucis, Lavagna

Pagina 26: Archivio fotografico Lucchetti, Chiavari

Pagina 30: Archivio fotografico Famiglia Ferretto, Chiavari

Ricerca iconografica: Riccardo Penna

Ricerca storica: Andrea Lavaggi

Testi e progetto grafico: Andrea Lavaggi

Natural shopping centre
CHIAVARI
History Tradition Modernity

scan the QR Code



download brochure



PROMOTUR



PROMOTUR

Natural shopping centre
CHIAVARI
History Tradition Modernity





Natural shopping centre

CHIAVARI

History Tradition Modernity

The transformation of work, economy and trade, with all its associated problems, is undoubtedly one of the priorities of contemporary society. A development that is naturally orientated towards the present and even more the future, to the world of global communication and digital transformation, in a word towards modernity. At the same time, however, we can and must not ignore the consideration of history, which is transformed into culture and tradition through the human and social changes of the community over time.

This is all the more important when you consider Chiavari's thousand-year-old origins and its very early commercial importance; today, with its history and traditions, the city wants to look to the future with confidence and optimism, also with regard to its natural shopping centre and its shops.

Promotur Chiavari, active since 1989, is an association for the promotion of tourism that operates throughout the Chiavari area, and in particular organizes the *Mercatino dell'Antiquariato* (Antiques Market), a monthly event held in the historic centre. Promotur also undertakes sponsorship and associates its brand with initiatives such as cultural events, sporting and commercial events.

Giampaolo Roggero
President Promotur Chiavari

The city of Chiavari has always been a landmark of the area, both for its cultural and commercial activities. A beating heart of lively activities and retail shops. A true open-air shopping centre, offering a unique and engaging experience, and at the same time a place to meet and socialise.

Commerce is still a fundamental element of Chiavari's economy and the variety of its proposals can certainly meet consumer expectations. For this reason, our Municipality continues its commitment to enhance and support local businesses, through dedicated initiatives.

In this context, Promotur is playing an important role, also organising events and activities attracting a large number of visitors, including the traditional Antiques Market, held every month in the city centre, and the *Festa del Perù* (Peru Festival) and *Liguri nel Mondo* (Ligurians in the World) Festival. Together we continue our cooperation to develop Chiavari keeping alive those traditions that keep the city of 'portici' (arcades) unique in the region and a highly appreciated destination.

Gianluca Ratto
Municipal Councillor for City Promotion

A NATURAL SHOPPING CENTRE that CREATES IDENTITY

The commercial tradition of Chiavari originates and draws its strength from a rich history, which starts from the medieval workshops located on the arcaded ground floor of the buildings on the ‘*strada dritta*’ (straight street). It faces modernity and opens up to international markets between the 19th and 20th century, reaching modern times while still holding firm to the rudder of tradition.

Tradition means being rooted in history, but it also means reliability and expertise, dialogue and complicity with both customers and suppliers, the possibility of offering special, high-quality products: today, sophisticated and exclusive products can be found in Chiavari, satisfying the most demanding customers. Tradition stands for identity, both individual and collective, it stands for reality on a human dimension.



34

HISTORY

“The land is silicate, blessed with civilisation, with beautiful squares and beautiful buildings; and solemn markets are held, and many people gather there”

Agostino Giustiniani, *Annali della Repubblica di Genova*, 16th century

“Its churches are wealthy, its squares are wide, its factories are all beautiful with Sottoportici (arcades), and it is frequented by many folks for its Trade”

Matteo Vinzoni, *Il Dominio della Serenissima Repubblica di Genova in Terraferma*, 18th century



TRADITION

“But once the people had recovered from their suffering, they gave themselves over to industry, trade and agriculture”

Carlo Garibaldi, *Della storia di Chiavari*, 1853



Tealdo & C. Fabrics Table Linens Macramè, Via Vecchie Mura, 1920

MODERNITY

“A commercial city is more than a place of exchange, offering services and consumption, it is a vibrant centre of economic and social activities generated and animated by commerce”

Caterina Cirelli, in *Il Centro Storico, Centro Commerciale Naturale*, 2013





The ARCADES, the COMMERCE, the SHOPS

The Genoese gave rise to the urbanisation of Chiavari during the 12th century. In October 1178, the Genoese consuls authorised the construction of houses in the plain area underlying the castle, so as to form three aligned and parallel districts corresponding to the town's main '*carruggi*' (Ligurian expression for streets in the historical centre), 'cut' perpendicularly by a series of narrower alleys. Chiavari was thus born on the 'chessboard pattern' characterising the city until today.

There are now about 400 shops in Chiavari located under its arcades. The birth of these '*portici*', as we still admire them today, dates back to the imposing construction undertaken by the Genoese, interested in the urban and mercantile development of an allied city, a strategic junction point of important trade and communication routes.

The '*portico*', originally built for functional reasons, later evolved as times went on, following the rise of the '*borgo*' (village) and trade, and soon became an architectural and urban planning element preserved by the rules of the community. From the Middle Ages to the 15th century, the arcades of Via Ravaschieri, Via Raggio, Via Bighetti, Via Martiri della Liberazione, Via Rivarola, Via Remolari, Via Rupinaro, Via dei Gandolfi, Via Costaguta, Via Vittorio Veneto, Via Entella were progressively completed.

The ground floor of the houses had commercial functions: shop and craft activities took place in the open but covered space in front. A tradition that has never been interrupted and has survived to the present days, renewing itself without abandoning its roots.



Successore di Luigi Lanata e Sorella



GRANDIOSI MAGAZZINI
DI TESSUTI
Variato assortimento
* di **STOFFE** *
per uomo e signora

CHIAVARI
Corso V. Emanuele 23 - p. 1°, p. terreno

* **IMPORTAZIONE DIRETTA DALLE PRIMARIE FABBRICHE** *

di Francia, Inghilterra, Germania e Nazionali

ALTEROCCA - TERNI

Shops under the arcades, a long-standing chiavarese tradition



Piazza XX Settembre then Matteotti, 1920, Sant'Antonio Fair

The MARKETS and the FAIR of SANT'ANTONIO

Ever since the Middle Ages, the people of Chiavari have been the protagonists of a flourishing local market, satisfying a twofold need. On the one hand, they needed to sell the agricultural products of their lands and purchase those that were in short supply, and on the other hand, they had to meet the demands of their businesses. Trade related to the textile industry was particularly thriving: craftsmen purchased the raw materials and manufactured goods required for processing. The fabrics traded were of various types and the business volume was already substantial.

Also rooted in the Middle Ages is the town's best-known fair, the *'fiera di Sant'Antonio'*. This was once a large gathering of the peasant and pastoral world on the sidelines of the religious services dedicated to the saint that took place at the modern-day *Piazza Nostra Signora dell'Orto* every 17th January.

Over time, the exhibition transformed into a large agricultural and trade fair and expanded in the range of products offered, particularly tools and farming products.

“A fair that has lasted since the year one thousand: it is indeed the most ancient tradition”

“Together with the festivity, the fair of the same name also had its origins, and today it has experienced a remarkable growth and lasts for three days in an extraordinary atmosphere”

Il Chiavarese, year II, No. 10, February 1959



From HISTORY to TRADITION

After the intense economic, political and urban vitality of the 13th and 14th centuries, a renewed development of trade took place in the first decades of the 17th century: a new market was introduced to be held at the beginning of July and on all Thursdays throughout the year, a market “that became very flourishing”, as Carlo Garibaldi describes in his book *Storia di Chiavari* (History of Chiavari).

In the 18th century Chiavari assumed the fundamental features of a dynamic modern city, in the whole of its cultural, economic and civil life.

Trade broadened its horizons, the number of workers grew, mainly in maritime supplies (from which Via Remolari takes its name), in leather tanning, operating in particular in Via Bighetti,

which owes its name to the wood craftsmen who produced the ‘*bighe*’ (i.e. the tools formerly used especially on shipboards and in shipyards to lift weights), in goldsmithing (sources tell of five ‘*favreghi*’, goldsmiths, already at the beginning of the 19th century) and in the manufacture of cloth, cordage and fine fabrics such as linen, velvet and damask. At the end of the 18th century, more than half of the inhabitants in the Chiavari region were employed in these professions.

At the beginning of the 19th century, Chiavari also aimed at the expansion of craftsmanship and related trade; the furniture trade emerged, which gave rise to the successful production of chairs, made famous by the original shape created by Gaetano Descalzi ‘*il Campanino*’.



A NEW COMMERCIAL ORIENTATION

In the last decades of the 19th century, many Chiavari emigrants who had started commercial activities overseas, in the Americas – where they experienced rapid entrepreneurial success – established relations with Italian industries, importing and exporting manufactured products. This is when the modern commercial orientation of Chiavari was born.

Emigration, with the contributions of those who stayed abroad and the investments of those who returned home, played a significant role in the development of the new economic orientation of the town: sharecroppers who became small landowners and shopkeepers and artisans who became merchants and industrialists were the protagonists of the economic development of the town.

In the meantime, new investments in the city's large aristocratic estates took place, also in favour of a new financial vitality. Within the first decades of the past century, a range of concepts and projects redesigned the layout of Chiavari: new squares and wide streets, opened up in the areas surrounding the historic centre, becoming the protagonists of Chiavari's social, economic and commercial life.



Piazza Mazzini, Maritime Agency Sambuceti Domenico, 1907

MARITIME STATIONS and BANKS

With emigration, the presence and activity of maritime agencies, already active in the handling of goods, especially in small-cabotage traffic, significantly increased. Thousands of emigrants to the Americas passed through the trading office that Gerolamo Gramatica had opened in 1850 (then of the Sambuceti), first for the Rubattino Company then for Navigazione Generale Italia and other Companies.

Merchants and artisans from the small towns were predominantly directed towards the states of South America; in North America, on the other hand, the presence of farmers was predominant. Among the Ligurian provinces, Chiavari held the record for the highest number of issued passports, reaching almost 16,000 between 1869 and 1878 alone.

Although Chiavari's financial tradition has earlier origins – the 'Banca Ghio' was founded in 1790 – it was during this period that numerous banks and credit institutions were established thanks to the emigrants' remittances. In 1857 the 'Cassa di Risparmio di Chiavari' was opened, the first example of a public institution established by the Municipality and the Economic Society; in 1867 the 'Banca Privata dei Fratelli Rocca'; in 1872 the 'Banca Commerciale Chiavarese' and the 'Banca Popolare Chiavarese'; in 1873 the 'Credito Chiavarese' and the 'Cassa Generale Chiavarese'. Still existing as a denomination is the 'Banco di Chiavari e della Riviera Ligure', founded as the 'Banco di Sconto del Circondario di Chiavari' in 1870.

✦ Esportazione ✦

TELERIA DI LINO
E MACRAMES

PREMIATA FABBRICA IN

VINCENZO BADARACCO

PER ARTES

CHIAVARI 1891

SPECIALITÀ

FRANGIA RICAMATA
a punto antico ed a
punto moderno

CHIAVARI

VIA CITTADELLA, N° 5-6-7.

GENOVA 1892

CHICAGO 1893

W. STAB. LIT. F. M. GABELLA, GENOVA

Detailed description: This is a highly decorative historical advertisement for Vincenzo Badaracco's business. The central focus is the name 'VINCENZO BADARACCO' in large, stylized letters. Above it, a banner reads 'PREMIATA FABBRICA IN' and another banner below it says 'VINCENZO BADARACCO'. To the right, a large 'B' is part of the brand name. The text 'TELERIA DI LINO E MACRAMES' is prominently displayed. The location 'CHIAVARI' and address 'VIA CITTADELLA, N° 5-6-7.' are clearly visible. The advertisement is adorned with several circular medals from exhibitions in Genova (1892) and Chicago (1893). A coat of arms with a crown and a shield is on the left, with a ribbon below it that says 'VETAM EXCOLVERE'. A central ribbon reads 'PER ARTES'. The word 'SPECIALITÀ' is written in a decorative font. The overall design is intricate with floral and scrollwork patterns.

A COMMERCIAL REVOLUTION

For a major part of the 19th century, most of the available products were made in the city's workshops and production sites, with a close relationship between handcrafts and commerce. At the end of the century, the new availability of goods on a larger scale and the consequent specialisation of economic activities led to a true revolution in trade and production. These were the years in which inland mining activities, particularly slate mining, also took on a new dimension.

The world of textile manufacturing, which in Chiavari had an already centuries-old tradition, freed from the constraints of the guilds and restrictions that prevented the free opening of new activities, is now in rapid expansion. The sector can already rely on its own commercial network in the city, almost 100 shops in the last quarter of the

century, located in the historical centre and in the recently completed squares. Equally widespread is the production and sale of footwear. Agricultural products – and fish – are also sold not only at production, but also at dedicated retailers, about 20 in that period.

Lazzaro Boeri's precious 'statistics', published in 1878, also record a large number of grain, flour and flour derivatives shops, bakers, butchers, '*pizzicagnoli*' (grocers) and, by the time of the Belle Époque, grocers, ice-cream parlours and confectioners' shops, which allow 'luxury' goods to be tasted: candies, wines, liqueurs; there is no shortage of printers and copyists and, then for the wealthier classes, eyeglass makers, jewellers and watchmakers.



A contemporary poster

BELL'ÉPOQUE and ROARING YEARS

Around the historic core of the 'natural shopping centre', with its arcaded '*carruggi*', extends the Chiavari conceived and designed between 19th and early 20th century.

Corso Garibaldi, Piazza Matteotti 'of the carriages', Piazza Roma, Corso Dante, Piazza Cavour, are the new vibrant centres of commerce, entertainment and social life of the Belle Époque, a period in which new and elegant shops and fashionable venues, café chantants and restaurants were built – including the Café and Patisserie Roma, where the Eden Varietà Theatre was located – still a living expression of a fast-moving modernity that seeks to preserve tradition.

An era that also experienced the development of a new form of art, such as posters, promotional graphics and slogans, predecessors of modern advertising marketing.

And then there is the beach promenade, with its maritime taverns near the shipyards, the first clubs and bathing establishments, the protagonists of a rising tourism – in 1925 the 'Tirrenia' was built, with bars and dancing clubs where the first exotic dance competitions were held – today, a century later, it is one of the city's main activities: there are almost 400 accommodation facilities and about 200 bars and restaurants.



Corso Garibaldi, 1908, the arcaded corner of the Caffè Defilla



1930, the Tirrenia restaurant, built in 1925



The SECOND POST-WAR PERIOD

In the aftermath of the Second World War, partly due to the rise of the tourist sector, the number of people employed in commerce significantly increased; in the 1970s and 1980s, around a quarter of the working population was engaged in commerce. During this period, commerce became the main component of the city's economic life, partly due to its geographical position and the rise of residential tourism.

In the meantime, retail trade, previously based mainly on shops selling basic necessities, saw the establishment of shops of all kinds, managed through a solid commercial tradition and experience.

The tradition of busy markets at the same time is being preserved.



Fish Market, 1970





A NEW MODEL of DEVELOPMENT

The natural shopping centre in Chiavari, with the strength of its tradition, wants to assert itself today as a development model that still promotes the culture of the polis, besides the functionalist model oriented towards suburban spaces.

Industrial and technological development has changed daily needs and directed the consumer towards new habits: the city's strong and deep-rooted commercial identity cannot ignore this decisive change in lifestyle.

In the city, the enduring persistence of small retail shops opposes the standardisation of quantity with diversification of location, offer and demand, as well as personalisation of service and valuable interaction with cultural and entertainment activities.

The role of commerce is therefore active, proactive, participative and integrative in social life in the city: exhibitions, performances, concerts, sport events, thematic and folkloristic events, festivals.



The ANTIQUE EXHIBITION MARKET

The fascination of antiques has been on stage in Chiavari for forty years, thanks to the Antiques Market Exhibition, which takes place in the historical centre on the second Sunday of each month and on the Saturday preceding it; it hosts all sorts of products, from small ceramics to large furnishing accessories, from toy collections to antique jewellery.

It is one of the most important events of its kind in Liguria: there are many exhibitors from central and northern Italy, but also foreign ones, particularly from France and Germany.

On Sundays of the ‘*Mercatino*’, in Piazza Mazzini and Corso Garibaldi, Chiavari hosts the ‘*Artisti di Strada*’ (street artists), a variety of exhibits by artists and creative people: you can find stalls specialising in macramé, lace-making, wood-carving, decoupage, painting on glass, candles, photographs, hats, clothes and much more.



EVIDENCE of TRADITION

Chiavari's commercial offer is being renewed and expanded, but boldly relies on details and quality merchandise. A 'gallery of shop windows', where historical fashion labels and luxury brands coexist with refined and niche products, appears under the ancient arcades and frames the historic town squares. Visual merchandising also has ancient origins: in every shop window, aesthetic spotlight of commercial appearance, stories, experiences, passions are revealed and sometimes hidden.

In the shop windows, innovation coexists with history and tradition. Original architectural elements and antique furnishings, in Liberty style, such as shop signs, shop windows and entrances realised by skilled carvers, decorators and gilders distinguish and enrich the commercial heritage of the centre, social capital of human relations, custodian of traditions, ancient trades and strong guardian of the territory's identity.





A POSSIBLE FUTURE

Almost 2000 business activities are registered in the Chiavari area. About 700 of these are commercial businesses.

Chiavari has always been a city with a strong commercial orientation, and the polis is proud of its rich heritage of historic establishments, shops, activities, events and traditions, with increasing numbers and positive prospects.

Every year, dozens of new activities appear, choosing the squares and streets of Chiavari as a ‘historic village’ and a context of excellence for their present and future business. The natural turnover is a congenital process, reflection of an evolving society that needs creativity, a mutual relationship and complementarity between the various forms of commerce, and sometimes with more complex competitive and attractive dynamics than in the past.



Photo references:

Cover photograph, pages 5, 7, 11, 12, 14, 18, 20, 33, 34, 36, 38, 40, 41, 43: Riccardo Penna

Pages 9, 15, 16, 22, 24, 28, 29, 32: Franco Delucis Collection, Lavagna

Page 26: Lucchetti Photographic Archive, Chiavari

Page 30: Ferretto Family Photographic Archive, Chiavari

Iconographic research: Riccardo Penna

Historical research: Andrea Lavaggi

Texts and graphic design: Andrea Lavaggi

English translation: Eva Huber-Bassi