

Storia e Futuro

RIVISTA DI STORIA E STORIOGRAFIA ON LINE

n. 54 dicembre 2021



Bologna
University Press

COMMERCIO E GOVERNO DELLA CITTÀ IN ETÀ FASCISTA

Per uno studio di storia urbana

Retail Trade and Urban Planning in Fascist Italy: A Study of Urban History

Roberto Parisini

DOI: 10.30682/sef5421g

Abstract

Mi propongo di studiare, attraverso il caso del più grande quartiere operaio bolognese, la Bolognina, il commercio al dettaglio e come strumenti di integrazione delle nuove periferie popolari. Siamo, ritengo, nel contesto di una strategia – supportata da mirati interventi urbanistici e propagandistici – di nazionalizzazione piccolo-borghese, di governo dei consumi pubblici e privati, di retorica del decoro urbano, con cui il fascismo punta ad allargare il proprio consenso.

My aim is to analyze Bolognina, the biggest working-class district in Bologna, to deal with retail trade as government tool of private consumption and petty bourgeois integration of urban suburbs in cities organized by Fascism.

Keywords: commercio al dettaglio, trasformazione urbana, periferie, vetrine, fascismo.

Retail trade, urban transformation, suburban areas, shop windows, fascism.

Roberto Parisini (Università di Ferrara), di recente ha curato un numero monografico di “Storia urbana” dedicato a “Spazi del commercio e città contemporanea” (n. 164, 2019), e ha in corso di pubblicazione *Tra welfare pubblico e consumi privati. Sulle politiche del Pci in Emilia Romagna*, in *Il Pci in Emilia Romagna*, a cura di C. De Maria, Roma, Viella, 2022. E-mail: roberto.parisini@unibo.it

Roberto Parisini (University of Ferrara) has recently edited a monographic issue of “Storia Urbana” on trade spaces and the contemporary city (“Spazi del commercio e città contemporanea”, no. 164, 2019) and is the author of the forthcoming work *Tra welfare pubblico e consumi privati. Sulle politiche del Pci in Emilia Romagna* in *Il Pci in Emilia Romagna* edited by C. De Maria, Rome, Viella, 2022. E-mail: roberto.parisini@unibo.it

La distribuzione commerciale al dettaglio è un elemento importante della trasformazione urbana: con le sue caratteristiche e l'evoluzione delle sue forme ha generalmente assunto un ruolo centrale nell'organizzazione degli spazi, nella costruzione dei tessuti connettivi e delle identità urbane.

Certamente, questo ruolo si accresce significativamente nel corso dei grandi processi di inurbamento e modernizzazione dell'ultimo secolo. La collocazione delle attività sul territorio, il moltiplicarsi degli addetti, le funzioni sociali (sul piano della gestione di consumi crescenti, della mobilità, dell'integrazione ecc.) che il dettaglio commerciale esercita, legano progressivamente la rete delle attività distributive anche alla decisa espansione delle nostre città oltre le proprie cinte murarie. Così è per le zone di Milano studiate da Jonathan Morris (Morris 1993); così è per Tor Pignattara, una delle tante aree della periferia romana i cui residenti, all'inizio degli anni Trenta, chiedevano al Governatorato di elevare a quartiere il loro popoloso territorio che ormai poteva contare su una bottega ogni 50 abitanti, un tessuto commerciale così capillare da costituirne il vero ed effettivo elemento di aggregazione (Ficacci 2007).

Detto questo tuttavia, la storia più recente della distribuzione al dettaglio non ha tradizionalmente goduto di larghe attenzioni, almeno in Italia, e questo vale anche per la storia urbana, se è vero che è stato spesso difficile farvi «incontrare le morfologie fisiche della città con quelle socio-economiche e politico-istituzionali, perpetrando la separazione tra la storia dello spazio (delle forme fisiche, della regolamentazione e della sua rappresentazione) e quella dei soggetti sociali che vi operano» (Adorno 2015). Quello che io mi propongo dunque è studiare lo sviluppo, in uno specifico periodo della nostra storia più recente, di una specifica periferia italiana dal punto di vista della distribuzione commerciale, della sua relazione con la formazione dello spazio cittadino, prestando particolare attenzione al governo urbano, alle sue politiche, all'organizzazione sociale dei consumi e degli spazi, alle reciproche influenze tra tutto questo e l'idea di città espressa dal commercio e dai suoi protagonisti.

Alla fine degli anni Venti, le amministrazioni fasciste delle principali città italiane si pongono il problema, ormai ineludibile, d'integrare le nuove periferie urbane, cresciute disordinatamente sotto la spinta convergente dell'immigrazione rurale e della fuoruscita dei ceti popolari dai centri storici in risanamento. Una modalità privilegiata – messa a fuoco anche dagli studi sulle borgate romane (Masini 2009; Villani 2012) – è l'estensione della presenza di piccoli ceti medi urbani e aristocrazie operaie nei nuovi quartieri popolari: gruppi a reddito relativamente sicuro, tendenzialmente ostili al fascismo, ma non insensibili ai nuovi consumi di massa e alla retorica del decoro urbano fortemente veicolati dal regime.

È un processo di “nazionalizzazione piccolo-borghese”, di organizzazione di tutta una parte della *città nuova*, che passa in primo luogo attraverso le politiche dell'edilizia pubblica. A queste corrispondono infatti disparate tipologie abitative, differenti rifiniture e ampiezze degli appartamenti, diverse funzionalità degli stessi vani. Altrettanto importanti sono l'inserimento nel progetto urbano delle infrastrutture connesse ai consumi di massa e l'insistenza sulla monumentalità degli edifici pubblici e privati.

C'è poi la parte giocata dal commercio al dettaglio, consapevolmente evocato per la sua «innegabile valenza pubblica, dovuta alla sua funzione distributrice, e così è strettamente legato a supreme necessità politiche che rientrano nel generale controllo dell'ordine pubblico» (Lantini 1931).

Non a caso, nel dicembre 1926, arriva la legge sulle licenze commerciali, che è indubbiamente uno sforzo di razionalizzazione di un settore ormai considerato pletorico e inefficiente. Ma l'aspetto che qui più interessa di quella «sorprendente misura legislativa» (Franck 1990) è che vi veniva riservata grande attenzione anche per la distribuzione delle attività sul territorio urbano. Mentre prima bastava il rispetto delle disposizioni sanitarie e di pubblica sicurezza per aprire un'attività ovunque si volesse, le preposte commissioni comunali ora dovevano considerare anche le caratteristiche delle specifiche aree urbane: se esse disponevano o meno dei numeri e delle tipologie merceologiche ade-

guate a soddisfare i bisogni della comunità. Si trattava di una chiara intenzione di agganciare la distribuzione commerciale all'espansione delle città, cosa che veniva esplicitamente ribadita nelle direttive emanate l'anno seguente e nella legge con cui, nel 1930, si imponeva il blocco quinquennale per i generi alimentari, da far rispettare però rigidamente solo nelle zone urbane centrali (Morris 1999). Pur con tutti i limiti a cui andò notoriamente incontro l'applicazione di queste leggi (Maida 1998), ne discende abbastanza chiaramente il collegamento col più generale sforzo di organizzazione delle periferie cittadine, definendone e orientandone la rete dei consumi privati, soprattutto popolari, in parallelo con quanto stava già avvenendo per quelli pubblici (Cavazza 2016).

Si puntava insomma a strutturare la nuova scena cittadina sul filo della progettazione urbana, della terziarizzazione, dell'organizzazione dei consumi e del consenso. E quindi anche su quello delle vie commerciali e delle loro vetrine. Proprio a queste ultime, come in quegli stessi anni avveniva per la casa piccolo-borghese di edilizia pubblica e privata (Salvati 1993), si sarebbe richiesto di divenire estensione e parte integrante di questo rinnovato e pervasivo spazio dell'intervento pubblico. Almeno, questo è certamente il caso del più esteso quartiere suburbano di Bologna, la cosiddetta "Bolognina".

La Bolognina

La Bolognina costituisce la principale estensione della città petroniana fuori mura, già prevista nel piano regolatore del 1889, ma solo molto più tardi sviluppata intensamente grazie alla vicinanza della stazione ferroviaria (Toschi 1931). Qui, entro gli anni Venti, si concentrano alcune medie industrie meccaniche in fuga dall'angustia dell'*intra moenia*; nel 1936, con i suoi 26.000 abitanti, è già l'area urbana più popolosa e quella che nel 1938, fuori dall'antico Mercato di mezzo, presenta di gran lunga la maggior concentrazione di distribuzione al dettaglio di una città che pure conosce intensi processi di terziarizzazione (Argelli 1986). Tra il 1906 e il 1939 l'Istituto case popolari vi avrebbe concentrato poco meno della metà delle abitazioni realizzate nell'intera periferia cittadina. Erano prevalentemente case economiche, in nessun caso appartenenti alla categoria "per i meno abbienti", o alle successive popolarissime. Erano infatti rivolte a quelle famiglie «che hanno spesso redditi se non inferiori, certo spesso uguali ai redditi delle famiglie operaie, pur dovendo soggiacere ad esigenze di decoro ed anche di riguardo che ne rendono la vita assai più dispendiosa» (Ramazza, 1996).

A chi si attribuissero queste "smanie" di decoro ce lo chiariscono un po' meglio i registri dello stesso istituto e quelli della parrocchia del Sacro Cuore¹. Gli assegnatari erano impiegati, pensionati, commessi, casalinghe, artigiani ed esercenti vari. E soprattutto lavoratori appartenenti ai gruppi delle cosiddette "aristocrazie operaie": dipendenti delle ferrovie, di zuccherifici, della manifattura tabacchi, delle tramvie, delle officine del gas e della società elettrica. Naturalmente non mancavano quote di giovani immigrati, operai nelle officine meccaniche che ancora "odorano di fieno", e che qui ritrovavano i loro colleghi più esperti e meglio pagati. Sono tuttavia incontri che non preludono necessariamente a una logica, magari laboriosa, integrazione "di classe". Intanto erano robusti i tentativi degli enti pubblici di tracciare dei confini anche sul piano abitativo, e capillare era il controllo politico verso un'area da vent'anni in formazione che stava ancora assemblando, in uno spazio sempre meno liminale tra città e campagna, un tessuto sociale variegato e potenzialmente ostile al regime. Tramvieri e ferrovieri avevano precise ascendenze socialiste accuratamente occultate; sicura era la presenza di cellule comuniste che potevano fare base nelle botteghe artigianali piuttosto che nelle rare osterie del quartiere (Pontieri 2018). Intorno si distribuiva un ampio pezzo di società italiana, così come si stava modellando nelle grandi trasformazioni degli anni Trenta, certamente non insensibile tanto ai nuovi consumi pubblici di massa (Gribaudi 1987), quanto all'idea di città e di decoro ampiamente propagandata dal regime.

L'organizzazione del nuovo spazio urbano

Protagonista di queste politiche dell'edilizia pubblica fu Leandro Arpinati, dal 1923 presidente dell'Istituto case popolari e, dal 1926, podestà di Bologna. Questi stava emergendo come figura nazionale con realizzazioni che avrebbero costituito per anni un modello per il regime reazionario di massa (D'Atorre 1986). Esse andavano dall'organizzazione degli intellettuali, alla politica sportiva, alla valorizzazione degli strumenti urbanistici. Proprio l'accresciuto livello della complessità urbana e sociale, la sua sicura capacità di creare consenso valsero ben presto alla giovane scienza urbanistica l'attenzione di Mussolini e dei suoi ras più avvertiti, come Turati a Brescia, di Crollalanza a Bari oppure lo stesso Arpinati a Bologna (Falco 1988). Più in generale, il contesto è quello di una lunga serie di piani regolatori che va dal 1926 al 1942, e di grandi congressi internazionali come quello dell'abitazione e dei piani regolatori tenutosi a Roma nel 1929, dove sarebbe stato sviluppato con forza il tema del ruolo strategico delle periferie

come spazi ove sperimentare tecniche moderne di insediamento per una popolazione che, dedita prevalentemente al lavoro operaio, meglio se artigianale, o alle attività commerciali, non si pensa abbia bisogno di particolari rapporti con il centro (Giucci, 1989).

Nell'aprile 1926, nell'imminenza di una visita di Mussolini, amministrazione ferroviaria e Comune inauguravano il nuovo cavalcavia che, oltre l'ampio fascio dei binari, collega la Bolognina alla città innestandosi sulla via Galliera, la grande arteria che costituiva l'asse portante di tutto il traffico di attraversamento del suburbio settentrionale. Era un ampio e moderno ponte in ferro e cemento armato che, con i suoi elementi decorativi e la sua pavimentazione in granito, era posto in asse armonico con via Indipendenza, l'elegante strada completata nel 1888 che collega la stazione a piazza Maggiore. In linea retta fino alla nuova, monumentale piazza dell'Unità, la Galliera diveniva ora il tratto finale della stessa via Indipendenza, di cui riprese il nome e, progressivamente, il fronte porticato e il tono borghese e commerciale. Il richiamo stilistico tuttavia non è alle forme della signorile strada ottocentesca, ma è ovviamente più vicino a quella della coeva via Roma, modello di ideologia modernizzante intorno al quale gli amministratori locali intendevano coagulare consenso e trasformazione dello spazio urbano. La grande arteria haussmaniana era stata collocata a ovest, come asse fondamentale di diffusione del "nuovo" in tutta l'area circostante, composta da rioni popolari del centro storico messi a sventramento. Essa doveva anche rafforzare l'asse comunicativo sud-nord tra centro e stazione, in parallelo con via Indipendenza; e soprattutto puntare a "discentrare" gli affollati spazi della parte più antica del centro, tanto come luoghi della direzione e della residenza elegante, quanto come quelli del consumo e del tempo libero. Si trattava, in altre parole, di riordinare tutta la parte nord-occidentale del centro storico, dove più intensa era l'immigrazione popolare e più accentuata era "la mistione tra elementi vari". Dallo sbocco di via Roma gli interventi si dovevano sviluppare fino a includere il piazzale della stazione e la piazza XX settembre dove, ai piedi del nuovo ponte di Galliera, sboccava la stessa via Indipendenza (Piacentini 1939).

Il collegamento con quanto avveniva subito oltre quello stesso ponte viene facile: in primo luogo con quanto si andava aggiungendo ad uno spazio pubblico periferico immediatamente presidiato, l'una di fronte all'altra, dalla gigantesca cupola della basilica del S. Cuore (ricostruita tra il 1929 e il 1934); e dalla monumentale torre campanaria della nuova sede del gruppo rionale, terminata dall'Istituto case popolari nel 1934. Si aggiungevano poi la costruzione di uno dei più grandi dopolavori ferroviari d'Italia (1933) e del nuovo, importante mercato ortofrutticolo (1939). Poco oltre piazza dell'Unità, sulla stessa direttrice, Arpinati fece sorgere un luogo di mondanità borghesi quale era il nuovo ippodromo (1932). A rafforzamento di questo profilo, a margine della nuova via Indipendenza "esterna"

venne lasciata mano libera all'edilizia privata. Sorsero così consistenti gruppi di palazzine e villette con giardino, rivolte a professionisti, ma soprattutto a tecnici, funzionari, artigiani e commercianti. Erano spicchi di città-giardino che si incuneavano e delimitavano i grandi blocchi dell'edilizia popolare e cooperativa, portando un tenace istinto individualistico e familiare, variando comportamenti sociali e stili di consumo.

Sono questi gli impulsi che stanno alla base della strada che diventa l'asse con cui agganciare la Bolognina alla città organizzata. Essa si sviluppa appunto lungo gli anni Trenta e oltre. Non è difficile immaginare una via Roma in tono minore, con lo stesso scopo di dare assetto e struttura allo spazio circostante e, naturalmente, di valorizzare suoli e rendite fondiari, lasciando mano libera ai costruttori di cavalcare e stimolare, in modo pressoché incontrollato, l'intenso succedersi delle aperture commerciali².

Vetrine e consumi

In sintonia con quanto inserito dal governo nel paniere dei consumi familiari più ricorrenti, e in presenza di un certo aumento degli stessi, le tipologie commerciali più in crescita nei quartieri popolari bolognesi sono alimentari, abbigliamento, esercizi pubblici. Naturalmente soprattutto i primi tra cui in particolare, secondo i dati sindacali e in accordo con le ossessive campagne nutrizioniste del regime, i negozi di frutta e ortaggi. È comunque vero che, tra *quota 90* e la stagione autarchica, la crescente compressione dei consumi privati degli italiani sembra fuori discussione. Ad accompagnarla era di frequente la retorica della necessità di uno stile di vita più austero, in cui i piaceri dovevano essere sacrificati alla produttività. Con la crisi economica, un ulteriore calo dei redditi da commercio fece seguito al taglio dei salari che si accompagnò ad una riduzione d'imperio dei prezzi, misura accolta con «la più serena disciplina da parte dei commercianti, degli industriali e di tutti i produttori in genere» (CPEC 1932).

Tuttavia, come è noto, il commercio al dettaglio aumentò ovunque attività e addetti. Le interpretazioni più correnti sottolineano come la legge del 1926, davanti alla grande crisi degli anni Trenta, si sia infine risolta in una disordinata serie di concessioni a pioggia in funzione occupazionale. Ambulantato e piccolo dettaglio alimentare – ancora di salvezza per immigrati, disoccupati ed indecisi – avrebbero ingrossato le reti di vicinato, soprattutto periferiche, segnandole con rapide aperture e altrettanto repentini fallimenti. Una vera perdita di status per i commercianti e, secondo alcuni, la progressiva separazione del commercio dalla città (D'Alessandro 2007).

Ciò che però viene così messo da parte è il ruolo della distribuzione al dettaglio nella

crescente uniformazione, sotto la spinta congiunta della *propaganda* e della *pubblicità*, di costumi e stili di vita (intesi come sfera dell'intimità, dei comportamenti o delle aspettative) sul modello piccolo-borghese [Salvati 1993, 13].

Il dilagare della pubblicizzazione della sfera del privato – di cui il decoro borghese era componente essenziale – poneva l'accento soprattutto sulla visibilità dei consumi stessi piuttosto che sul grado della loro effettiva accessibilità. Cartelloni, pubblicità, stampa, radio, cinema li rendevano correnti, rivolgendosi attivamente a un paese che, alla fine degli anni Venti, veniva considerato dagli esperti «un mercato dalle grandissime potenzialità ma alquanto arretrato»; e con un accesso ai consumi e ai loro canali di diffusione fortemente diversificato secondo le diverse fasce sociali (Fasce 2016).

È indubbio che, sotto il profilo della pubblicizzazione, il canale più efficace e generalizzante fosse quello del dettaglio commerciale e delle sue vetrine.

Durante il recente congresso internazionale della pubblicità, si è a più riprese accennato alle condizioni della *réclame* nell'attuale depressione economica mondiale e si è rivolto un caldo appello a industriali e commercianti perché abbiano fede nella pubblicità nonostante le difficoltà del momento [...] Oggi ancora, come ieri, la stampa periodica e la vetrina sono considerate dai tecnici come dei mezzi di propaganda di assoluto primo ordine³.

Naturalmente il riferimento qui non va tanto alla *Strada dei negozi* realizzata per la Biennale di Arti Decorative del 1927, o ai “progetti dell'abbondanza” come il bar Campari in Galleria Vittorio Emanuele a Milano, o la pasticceria Majani in via Indipendenza nella Bologna dove lavorava Melchiorre Bega (Dellapiana 2019). Qui la scala è ben più modesta, ma è quella che di lì a poco avrebbe incontrato – stando ai dati riportati da Scarpellini per il 1938 (Scarpellini 2008) – qualche modificazione nei consumi degli italiani in uscita dalla crisi: come la riduzione fino al 50% sul totale dei consumi alimentari; con aumenti invece nelle spese per la casa, l'igiene, la bellezza, i beni durevoli e i trasporti. Insomma ci sarebbe stato in effetti un qualche allargamento dei consumi privati in senso piccolo-borghese; allargamento che passava anche attraverso i negozi, i loro arredi e le loro merci, oggetto in questi anni di specifiche e mirate iniziative di sensibilizzazione e mobilitazione.

Le vetrine erano al centro di una serie di gare che, non da ultima, l'organizzazione dei commercianti bolognesi avviava nel 1933 e replicava l'anno seguente in occasione della grande inaugurazione della Direttissima Bologna-Firenze. Sono contesti in cui si puntava con forza a mobilitare anche i commercianti delle periferie, prevedendo forti sconti sui costi di partecipazione e offerte di coinvolgimento in specifiche commissioni. Se ne occupavano la stampa del Comune⁴ e quella locale più diffusa, sottolineando il lavoro svolto e quello da svolgere.

Bologna, fino a qualche anno fa, in fatto di vetrine lasciava a desiderare, se si faccia eccezione per una ventina di negozi centrali. Il resto? Mostrini scialbi in penombra, rimpinzati di roba male assortita spesso ancora avvolta nella carta azzurrina da imballaggio⁵.

Proprio in questi anni la Bolognina conosce l'assoluta maggioranza di aumenti della *città nuova* ma contrariamente all'altra grande periferia popolare, la Cirenaica, essi generano un doppio circuito distributivo, che pure replica le medesime tipologie commerciali. Uno chiaramente “basso”, certamente più legato alle esigenze di vicinato e anche alle precarietà della crisi e dell'immigrazione; l'altro invece è “alto”, fatto di pasticcerie, gioiellerie, modisterie, calzolerie, evidentemente legate agli interventi urbanistici di cui si è detto. Esso è rivolto a servizi, beni e consuetudini di un certo valore e diretti a una clientela anche non strettamente di zona. Una prima indagine, su quelli in attività lungo gli anni Trenta, lascia intravedere alcuni elementi di continuità. Ambedue sono di rado alimentati da trasmissioni familiari delle attività; si sostanziano invece dell'ambizione sociale di immigrati e o di figli di lavoratori già residenti in zona.

Il quartiere va confermandosi perciò un contesto variegato sotto la spinta di importanti trasformazioni. Non da ultime quelle promosse dall'amministrazione fascista che non mancano di segnare punti a proprio favore. Nel 1938, un gruppo di ferrovieri della Bolognina lamentava, in una lettera al prefetto, il degrado portato al quartiere dal mercato rionale, apertovi nel 1934, e dagli ambulanti che vi tenevano i propri banchetti. Essi

offrono uno spettacolo triste e indecoroso che urta il senso estetico di un uomo il più primitivo [...] lasciano un tanfo così nauseante, che viene da pensare all'aria che si respira nei tukul abissini [...] Considerato che via Albani è via di transito e che per l'edilizia può considerarsi una delle migliori della zona [...] sarebbe opportuno spostare il mercato in argomento in altra zona che indubbiamente meglio serve all'uopo⁶.

Note

- 1 Archidiocesi di Bologna, Libro dei matrimoni della Chiesa Parrocchiale di Sacro Cuore dopo la legge 27 maggio 1929, v. III, dal 31 agosto 1929 al 20 agosto 1932.
- 2 *Bollettino della Federazione commercianti di Bologna*, in "L'Assalto", 25 maggio 1929.
- 3 *La funzione della pubblicità e la crisi*, in "il Resto del Carlino", 28 ottobre 1933.
- 4 *Negozi a Bologna*, in "Il comune di Bologna", n. 6, 1939, pp. 18-21.
- 5 *Le belle vetrine*, in "il Resto del Carlino", 13 maggio 1933.
- 6 Bologna, Archivio storico comunale, Carteggio amministrativo, 1938, titolo XI, rubrica 4.

Bibliografia

Adorno S.

2015 *La città laboratorio di storia. Itinerari di storia urbana dell'Italia contemporanea*, in "Il Mestiere di storico", n. 2, p. 28.

Argelli B.

1986 *Aspetti di Bologna tra le due guerre. Un modello contraddittorio di terziarizzazione*, in "Italia contemporanea", n. 165, pp. 53-70.

Cavazza S.

2016 *Consumi, fascismo, guerra: una riflessione, in 1914-1945. L'Italia nella guerra europea dei trent'anni*, a cura di S. Neri Serneri, Roma, Viella, pp. 303-314.

Ciucci G.

1989 *Gli architetti e il fascismo*, Torino, Einaudi.

CPEC

1932 *La provincia di Bologna nell'anno Decimo, Consiglio provinciale dell'economia corporativa*, Bologna, p. 1150.

D'Alessandro L.

2007 *Le dinamiche territoriali del commercio: il caso di Napoli*, in *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, a cura di C. Girelli, Bologna, Pàtron.

D'Attorre P.P.

1986 *La politica*, in *Bologna*, a cura di R. Zangheri, Roma-Bari, Laterza, p. 145.

Dellapiana E.

2019 *Dopo La fame. Pollerie, pristinai, agnellai: negozi di alimentari nell'Italia della crescita*, in "Storia urbana", n. 164, pp. 59-78.

Falco L.

1988 *La formazione della disciplina e la nascita della "corporazione" degli urbanisti*, in *La costruzione dell'utopia. Architetti e urbanisti nell'Italia fascista*, a cura di G. Ernesti, Roma, Ed. Lavoro, p. 202.

Fasce F. et al.

2016 *Comprare per credere. La pubblicità in Italia dalla belle époque ad oggi*, Roma, Carocci, p. 54.

Ficacci S.

2007 *Tor Pignattara. Fascismo e Resistenza di un quartiere romano*, Milano, FrancoAngeli, pp. 46-47.

Franck L.

1990 *Il corporativismo e l'economia dell'Italia fascista*, a cura di N. Tranfaglia, Torino, Bollati Boringhieri, p. 65.

Gribaudo M.

1987 *Mondo operaio e mito operaio. Spazi e percorsi sociali a Torino nel primo Novecento*, Torino, Einaudi.

Lantini F.

1931 *Commercio e ordinamento corporativo*, Roma.

Maida B.

1998 *Il prezzo dello scambio. Commercianti a Torino (1940-1943)*, Torino, Scriptorium.

Masina E.

2009 *Piazza Bologna. Alle origini di un quartiere "borghese"*, Milano, FrancoAngeli.

Morris J.

1993 *The political economy of shopkeeping in Milan (1886-1922)*, Cambridge, Cambridge University Press.

1999 *Contesting retail space in Italy: competition and corporatism 1915-1960*, in "The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research", vol. 9, fasc. 3, p. 298.

Piacentini M.

1939 *La sistemazione di via Roma*, in "Il Comune di Bologna", n. 8, pp. 10-12.

Pontieri E.

2018 *Piccole sovversioni quotidiane. Strategie di controllo del territorio e tattiche di resistenza in un quartiere popolare bolognese durante il fascismo*, tesi di dottorato in Storia, Culture e Civiltà, ciclo XXX, Università di Bologna.

Ramazza S.

1996 *L'attività dell'Istituto Autonomo Case Popolari dal 1906 al 1940*, in *IACP Bologna, Per Bologna. Novant'anni di attività dell'Istituto Autonomo Case Popolari*, Bologna, Zannini.

Salvati M.

1993 *L'inutile salotto. L'abitazione piccolo-borghese nell'Italia fascista*, Torino, Bollati Boringhieri.

Scarpellini E.

2008 *L'Italia dei consumi. Dalla belle époque al nuovo millennio*, Roma-Bari, Laterza.

Toschi U.

1931 *La differenziazione della Città in quartieri geografici*, in "Il Comune di Bologna", n. 5, pp. 11-12.

Villani L.

2012 *Le borgate del fascismo: storia urbana, politica e sociale della periferia romana*, Milano, Ledizioni.