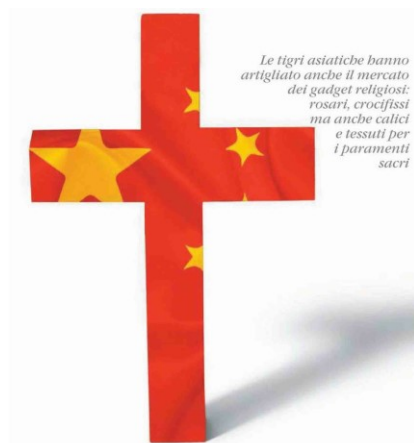


CONTROCORRENTE Rosari e paramenti: il business del sacro parla cinese

Filippi alle pagine 21 e 22-23



L'INCHIESTA

di Stefano Filippi

Alla fiera dell'Est

Bisognerebbe che i crocifissi potessero parlare, come quello appeso nella chiesa di Brescello con cui colloquiava don Camillo. Quello dei film tratti dai libri di Giovannino Guareschi era stato disegnato da uno scenografo di Verona e scolpito da un artigiano della stessa Brescello utilizzando legno di cirmolo, mentre la croce era stata realizzata con tavole di balsa: essenze leggere, che consentivano di spostare agevolmente il manufatto durante le riprese. Tutto ideato e realizzato in Italia. Oggi un crocifisso parlante

racconterebbe una storia diversa, e lo farebbe in una lingua ostica, quasi sicuramente cinese. Perché una parte sempre più cospicua degli articoli religiosi proviene da lì.

Lo strapotere produttivo e commerciale della Cina ha invaso anche questo mercato, che pure è estraneo alla

cultura e al sentimento religioso di quello che fu il Celeste impero. Laggiù i cristiani sono pochissimi, chiese e santuari sono rarità ed è pressoché inesistente la compravendita di rosari, madonnine, statuette, presepi che (...)

segue alle pagine **22-23**

Rosari, calici e paramenti la Cina ci mette in croce

La nostra salvezza sono incenso, ceri e candele venduti in Spagna, Francia e Germania

segue da pagina 21

(...) accompagna i grandi centri di richiamo devozionale. Eppure, cresce il flusso di prodotti religiosi che arrivano dall'Estremo Oriente. «Dati ufficiali non ce ne sono, i numeri sono impossibili da stimare», ammette Valentina Zattini, organizzatrice di Devotio, fiera del settore che si svolge a Bologna. Ma ormai gli stessi commercianti italiani non nascondono che la Cina monopolizza il mercato degli oggetti in plastica o resina: grani e coroncine del rosario, piccoli crocifissi, statuine del presepio. E assieme alla Cina avanzano

altri Paesi asiatici che conquistano spazi in settori paralleli: l'India induista lavora i metalli per calici, coppe, patene mentre il Pakistan, Paese musulmano, confeziona i tessuti per paramenti e arredi sacri. Le Tigri asiatiche hanno dunque artigiano anche il mercato dei gadget religiosi, che non è più un'esclusiva dei Paesi cattolici. È un settore produttivo sviluppato negli ultimi 15 anni che scava terreno sotto i piedi dei produttori tradizionali.

CANI AL POSTO DI ASINI

La qualità è quella che ci si può aspettare, cioè bassa, di pari passo con la loro conoscenza della religione cristiana: a un importatore italiano sono arrivati degli strani presepi con un cane al posto dell'asinello. Con i quadrupedi, i cinesi non hanno fatto troppe distinzioni. Gli importatori hanno molte ragioni per lamentarsi, ma un po' è anche colpa loro. La Cina non fabbrica nulla in autonomia: gli imprenditori asiatici non hanno iniziativa, ma scattano

sull'attenti e si mettono all'opera quando arrivano le richieste di importatori, grossisti e distributori. Anche in questo settore così particolare, è stato l'Occidente a sondare l'Oriente estremo. Gli ordinativi partono dai Paesi cattolici perché sugli oggetti più economici, quelli che non richiedono una particolare specializzazione, i prezzi cinesi sono imbattibili. I rosari, per esempio: i grani arrivano dalla Cina, poi la realizzazione avviene in Italia secondo lo stile di casa nostra. Negli anni, la produzione è migliorata soprattutto perché i committenti hanno fatto maggiori controlli sulla qualità di ciò che esce dalle fabbriche cinesi. Ma gli standard restano sempre al di sotto di quelli occidentali.

La lingua parlata dai fabbricanti di Pechino è una sola, la convenienza. Con i rosari, anche le statuine in pla-

stica o in resina arrivano in massa dalla Cina: effigi di Padre Pio, Madre Teresa di Calcutta, dei papi (in particolare Giovanni XXIII, Giovanni Pao-

lo II e Francesco), madonnine e presepi venduti sulle bancarelle e nei negozi vicini ai grandi centri di attrazione religiosa, a partire dal Vaticano e da santuari come Lourdes, Fatima e Medjugorje. L'importante è

che le immagini siano molto note e se ne possano vendere numerosi pezzi. Ai fabbricanti orientali non si può chiedere un campionario troppo vasto ma pochi gadget prodotti in quantità enormi. Se si deve offrire ai pellegrini una scelta più ampia, non conviene più affidarsi all'Asia.

Accanto alla Cina, altri due Paesi asiatici si sono affermati nella produ-

zione religiosa cattolica. In India si lavorano i metalli per calici, coppe, pissidi, patene, ostensori; poi le finiture avvengono in Europa perché l'Oriente è privo della cultura religiosa e della cura

dei particolari che in questi oggetti è indispensabile. Il confinante Pakistan si è invece specializzato nei tessuti che poi vengono proposti alle aziende che ne ricavano paramenti e arredi sa-

cri. Anche in questo caso, non conviene fare svolgere l'intera lavorazione per non correre rischi nelle finiture. Un confezionamento banale, con errori nelle simbologie ricamate su stole e addobbi per altari, li renderebbe invendibili. Fino a qualche anno fa, l'Agenzia delle entrate non aveva nemmeno previsto un codice che individuasse l'attività delle aziende attive in questo settore. Il mercato dei prodotti religiosi non era granché considerato.

Secondo i dati del Registro imprese, in Italia sono 713 i negozi specializzati nella vendita di articoli religiosi. La città che ne ospita di più (99) è Roma, grazie alla presenza del Vaticano, seguita da Napoli (47), la patria di San Gennaro e dei presepi artistici, e

Foggia (42), nella cui provincia si trovano i luoghi di Padre Pio. In quasi tutte le prime dieci città si trovano chiese, santuari e luoghi di culto che garantiscono un bel giro d'affari ai venditori di souvenir religiosi: Salerno è sesta con Amalfi, Ancona settima con Loreto, Perugia ottava con Assisi, Bergamo decima (prima città del Nord) con Caravaggio.

ATTENTI ALLA ROMANIA

Il settore trainante è quello delle preparazioni odorose per cerimonie religiose (in sostanza l'incenso) che fattura 59 milioni di euro. Ceri e candele seguono con 22 milioni mentre le ostie esportate valgono 2 milioni di euro. I principali Paesi di destinazione sono Germania, Francia, Spagna, Regno Unito. Negli ultimi anni tra gli importatori spuntano anche Paesi asiatici dove la religione cattolica sta conoscendo una certa espansione, come la Corea e le Filippine. L'Italia mantiene la leadership negli articoli di maggior pregio che richiedono lavorazioni artigianali, come gli oggetti in argento (rosari, decime, crocifissi, medaglie), in bronzo, in marmo e soprattutto in legno.

In questo caso la maestria degli artigiani della Val Gardena resta inarrivabile. Presepi piccoli e grandi, statue, crocifissi, angioletti realizzati a Ortisei restano i migliori al mondo e i più famosi, compresi quelli ottenuti in serie in alcune falegnamerie che si sono attrezzate per una produzione industriale con grossi numeri, mentre si afferma anche l'attività di restauro. Anche in questo ambito si sta profilando una concorrenza, che però viene da un oriente non così estremo, ovvero la Romania, dove si trova una certa manualità con legnami che si prestano bene

a questo tipo di lavorazioni. Viceversa, la Cina non ha neppure azzardato a buttarsi in ambiti come gli arredi per le chiese e soprattutto le candele. Nel primo caso, i costi per trasportare e installare banchi e inginocchiatoi da Oriente sarebbero proibitivi. La produzione di candele è invece diffusa in molti Paesi che riforniscono i rispettivi mercati interni. In Italia operano numerose ceramiche storiche, attive da generazioni, che lavorano molto bene e a prezzi concorrenziali. Quasi sempre alla fabbricazione di lumi votivi e ceri da altare o da processione si affianca infatti quella della citronella o delle candele per la casa e il bagno. Sacro e profano uniti nel nome del business.

Stefano Filippi

*I Paesi asiatici hanno monopolizzato anche il mercato del sacro
Bassa qualità ma prezzi molto competitivi*

L'atea Pechino è specializzata in rosari, l'India induista in metalli e l'islamico Pakistan in tessuti

IL FENOMENO

La controffensiva del made in Italy: due fiere e aumento delle esportazioni

Dalle vendite all'estero le aziende del settore hanno incassato mediamente 80 milioni di euro. A Vicenza primo meeting del turismo spirituale e gli stati generali dell'edilizia di culto

Il mercato degli articoli religiosi fa talmente gola che in Italia si svolgono due fiere parallele negli stessi giorni. Segno di un settore in salute. Dal 17 al 19 febbraio nel quartiere fieristico di Bologna è aperta Devotio, quest'anno alla seconda edizione (la prima è stata nel 2017), mentre dal 16 al 18 dello stesso febbraio alla fiera di Vicenza è aperta Koiné, che ha una storia molto più lunga: diciottesima edizione e 30 anni di vita visto che la prima edizione porta la data del 1989. C'è concorrenza, è evidente, ma le due rassegne mostrano che il settore è vitale ed è in grado di attirare artigiani, produttori e commercianti anche dall'estero. Dove pure esistono altre fiere dal forte richiamo, come Sakralia a Poznan in Polonia e Gloria ad Augusta in Germania.

Assorelli, l'associazione che riunisce 22 produttori di articoli religiosi nata nel 2017, stima in 60 milioni di euro il giro d'affari delle aziende italiane che producono ro-

sari. Secondo la Camera di commercio di Milano, le esportazioni dell'intero settore hanno raggiunto un valore complessivo di 80 mi-

lioni di euro nel 2017. In questo mercato il campionario di prodotti è sterminato. Si va dagli arredi liturgici a quelli per le comunità

religiose, dalle campane alle candele, dagli impianti di climatizzazione ai microfoni e amplificazioni, dalle fonderie artistiche alle ve-

trerie, dai souvenir devozionali all'editoria religiosa, dalle icone alle pulizie. E poi artigiani del legno, mosaicisti, fabbricanti di stru-

menti musicali, restauratori, produttori di ostie e vino per la messa, fino a tutto ciò che ruota attorno all'edilizia sacra.

Devotio alla seconda edizione ha raddoppiato la superficie espositiva (8.000 metri quadrati) con due padiglioni invece che uno so-

lo e quasi 180 espositori (un 40 per cento in più rispetto alla prima edizione del 2017), di cui 20 dall'estero. L'appuntamento è

aperto soltanto agli operatori commerciali e non al pubblico, a differenza di Koiné. La tre giorni di Vicenza punta molto sugli eventi: oltre a visitare i padiglioni con gli espositori, si svolgeranno il primo Meeting del turismo spirituale e gli Stati generali dell'edilizia di culto, oltre ad approfondimenti sui giovani, sui santuari e su sacrestani e operatori liturgici. Sarà allestita anche una mostra di arte sacra.

È in programma anche una rassegna di concerti ed esecuzioni musicali, una parte imprescindibile della liturgia. Entrambe le fiere godono del patrocinio del Pontificio consiglio per la cultura, poi si diversifica: Devotio ha dalla sua l'Ufficio liturgico nazionale della Conferenza episcopale italiana mentre Koiné si avvale di altri tre uffici della Cei: quello per i beni culturali ecclesiastici, quello per la pastorale del tempo libero e del turismo e il Servizio per l'edilizia di culto.

Sfil

