



ALEKSANDRA ZAPOTOCZNY

# SZTUKA DLA WIARY - SACROEXPO

PRZED STOISKIEM FIRMY SERPONE Z NEAPOLU NA XIV EDYCJI SACROEXPO W KIELCACH, ZATRZYMUJE SIĘ WIELU ODWIEDZAJĄCYCH TARGI. OPIS: „DOSTAWCA ZAKRYSZCII PAPIESKIEJ” PRZYCIĄGA UWAGĘ

„Istniejemy od 1820 roku, zbliżamy się do dwusetnych urodzin – zaznacza Ruggero, właściciel włoskiej firmy. – Momentów znaczących w naszej działalności było wiele: Błogosławieństwo udzielone przez Jana Pawła II dla naszej rodziny było tym szczególnym. Na 50. rocznicę jego kapłaństwa to właśnie nasza wytwórnia wykonała stuły, które подарował kapłanom z całego świata. Kiedy Benedykt XVI obchodził swoje 60-lecie, wykonaliśmy dla księży ornaty. W nasze ornaty ubrali się kardynałowie także w 2014 roku na Mszę św. beatyfikacyjną Jana Pawła II i Jana XXIII. Mamy stałą klientelę włoską, ale aby zyskać zainteresowanie w Polsce przyjeżdżamy na Targi do Kielc”.

Na targi sztuki sakralnej Sacroexpo, które odbywały się w tym roku w dniach 11–13 czerwca, przyjechało do Kielc 300 wystawców, w tym 13 zagranicznych. Aż 17 firm przybyło z Włoch. Włoscy przedsiębiorcy twierdzą, że polskiego klienta przyciąga gust i włoski styl, ale przede wszystkim jakość produktu, chociaż bywa, że na początku koncentruje się on na niskiej cenie. Nino z firmy Tangari, znanej ze srebrnych obrazków świętych, które stają się prezentem na Chrztysy św., I Komunie Święte i śluby, już niebawem jej kierownictwo przekaże czwartemu pokoleniu. Oddając ster w ręce syna, przyznaje: „Od lat mamy stałych klientów: kapłanów, sanktuaria, osoby

świeckie. Popyt na produkty religijne nie zmienia się, dlatego jesteśmy na polskim rynku od 13 lat”. Potwierdza to także Claudio, właściciel produkującej różańce i kielichy firmy Capolletti (rok założenia 1945), która przybyła do Kielc z Loreto: „Polacy religijność mają we krwi, dewocjonalia sprzedają się tutaj właściwie bez przerwy”.

Na Targach w Kielcach swoje stoiska wystawiły także... Targi. To Via Pulchritudinis, które odbędą się w Rzymie w lutym 2020 roku oraz Devotio, które zaprasza wystawców do Bolonii w lutym 2019 roku. Organizatorka, Valentina Zattini, zaznacza: „Na Targi do Kielc przybywam od 2001 roku. Firmy polskie dały się poznać Włochom poprzez ornaty, szaty liturgiczne oraz hostie i można powiedzieć, że wręcz zajęły włoski rynek, atakując go niskimi cenami. Natomiast Włosi zainteresowani są rynkiem polskim, bo on ceni sobie *Made in Italy*. Pontyfikat Jana Pawła II niejako wzmógł te relacje... Polska jest krajem katolickim, produkty religijne nabywają kapłani, jak i sami wierni. We Włoszech firmy sztuki sakralnej prowadzą handel agresywny. Proboszczowie codziennie są wręcz nękani przez ich agentów, którzy docierając do parafii osobiście, nakłaniają do nabycia produktu, czy przeprowadzenia prac w kościele. W Polsce jest inaczej. Kapłani, sami dbając o kościół,



Fot. A. Zapotoczny



Fot. A. Zapotoczny

we własnym zakresie poszukują produktów na Targach. Sukcesem Targów zawsze jest dobra komunikacja. Nie polega ona na dużej ilości informacji. Wystarczy jeden dobrze sformułowany komunikat, który dotrze do wszystkich”. Robert Frąk – jeden z organizatorów kieleckiej ekspozycji – potwierdza ten pogląd. „Informacja musi objąć jak największą rzeszę zainteresowanych. Wystawca jest zadowolony jeśli ma odbiorcę na targach. Jeśli frekwencja ich wizytatorów nie dopisze, już w następnej edycji targów firma nie weźmie udziału. Na Targi w Kielcach firmy wracają – to znak, że mają tu klienta. Sacroexpo otwiera swoje podwoje dla firm z Włoch, aby mogły zaprezentować na polskim rynku swoje wyroby, a są one atrakcyjne poprzez wybór, inne wzornictwo, nowości”. ■