

Il Made in Italy di articoli religiosi si ritrova a Bologna per Devotio e scommette sul Giubileo



È un made in Italy che vanta una leadership indiscussa nel mondo, una nicchia di mercato che dà lavoro a oltre 3mila imprese, perlopiù familiari, e genera un fatturato di 700 milioni di euro nel nostro Paese per oltre la metà export e che, nonostante la crisi di vocazioni e di fedeli, ha ripreso a correre a doppia cifra lo scorso anno, dopo il tonfo del Covid. Si tratta della produzione di articoli religiosi e oggetti per il culto, che dall'11 al 13 febbraio prossimo sarà in scena a Bologna per la quarta edizione della fiera biennale Devotio, la più importante rassegna internazionale nel settore, che a sua volta ha messo a segno un aumento del 10% di espositori: nei due padiglioni (15mila mq) del quartiere fieristico sono attesi 218 aziende da 17 Paesi (il 22% straniere), dopo una edizione 2022 della ripartenza che aveva richiamato oltre 3mila visitatori professionali da 50 Paesi.

«Abbiamo fatto il sold-out degli spazi e non siamo riusciti a soddisfare tutte le richieste, siamo andati ben oltre le nostre previsioni e quest'anno parteciperanno anche Paesi che finora non si erano avvicinati al salone, come il Brasile che è leader negli incensi e la Palestina, con due imprese in arrivo in cerca di un futuro migliore» spiega Valentina Zattini, amministratore delegato di Conference Service che organizza la manifestazione, dopo una lunga esperienza in Koinè, l'altra rassegna rimasta negli anni dispari a Vicenza. Quest'anno a dare una accelerazione al settore e alle fabbriche di articoli religiosi è anche l'arrivo del Giubileo di Roma del 2025 con l'apertura, il prossimo 24 dicembre, della Porta santa di San Pietro. Ma a Devotio non ci saranno solo oggetti per il culto cristiano, rosari, crocifissi, statue, presepi, campane, incensi, candele, icone e arte sacra, paramenti per la liturgia, ma anche arredi per le chiese e impiantistica. Sempre di più la rivisitazione degli ambienti religiosi è strategica per avvicinare la Chiesa alla gente, un tema al centro di uno dei convegni fieristici in calendario nella tre giorni bolognese «Ripartire dall'incontro: luoghi dell'annuncio e spazi di comunità» con iniziative quali quella della Fondazione Summa Humanitate, che ha trasformato un ex noviziato in alloggi per le famiglie dei bambini degenti dell'Ospedale Bambino Gesù di Roma, o della diocesi di Pavia che ha creato due housing sociali per alloggi temporanei o le attività di accoglienza all'Arsenale della Pace del Sermig a Torino per persone disagiate e immigrati o il progetto della diocesi di Faenza che nel vasto seminario organizza incontri con i giovani e ha creato una biblioteca.

«Devotio è l'appuntamento strategico per chi opera nel nostro settore, ci sono altri saloni in Polonia, Brasile, Stati Uniti, ma non hanno la stessa levatura internazionale e dobbiamo selezionare dove essere presenti, dato che siamo tutte piccole e medie realtà familiari con risorse limitate da investire» spiega Renato Moroni, titolare di Lal Srl, una delle tre più grandi aziende italiane del settore degli articoli e dei souvenir religiosi, a Loreto, capitale della corona da rosario ed epicentro produttivo dell'arte sacra italiana, così come Fatima lo è in Portogallo, Lourdes in Francia o Medjugorje in Erzegovina. Oggi nel distretto anconetano è rimasta una dozzina di aziende. «La crisi degli ultimi anni ci ha decimato, il Covid è stato il colpo finale, noi che abbiamo perso solo il 50% siamo tra i graziati, la gran parte dei miei colleghi artigiani ha visto in fumo l'80% del fatturato in un anno, molti hanno chiuso» racconta Morini, figlio del fondatore dell'azienda attiva a Loreto da 67 anni, in cui sta entrando ora la terza generazione. Il 2023 è stato l'anno della riscossa, «noi come Lal abbiamo registrato il miglior bilancio di sempre, con un balzo +25% sul 2019, arrivando oltre i 5 milioni di euro di fatturato – precisa il titolare che dà lavoro diretto a 38 persone ma a oltre il doppio con l'indotto sul territorio -. Nella nostra fabbrica produciamo rosari, crocefissi lignei e in metallo, anche capoletto, ma oggi è soprattutto con i gadget personalizzati per il singolo santuario o la singola parrocchia che si cresce». E da Loreto i portachiavi, le calamite o i rosari brandizzati con i luoghi di culto arrivano in tutto il mondo, dall'Indonesia all'America Latina, dal Giappone alla Nigeria. Lal esporta una metà del fatturato e l'altro 50% è realizzato tra Vaticano (15%, primo cliente) e Roma capitale (un altro 15%) e il restante 20% in giro per l'Italia.