

In Italia il presepe resiste nonostante Babbo Natale e l'albero: la tradizione della Natività tiene il mercato tra nuove abitudini domestiche

La grande fiera internazionale dei prodotti devozionali, in programma a BolognaFiere dal 31 gennaio al 3 febbraio 2026, conferma che il presepe continua a essere il simbolo del Natale per molte famiglie e per chiese e piazze italiane, pur tra trasformazioni e sfide di mercato legate a nuovi materiali, stili e competitori stranieri.



In Italia il mercato dei presepi regge, anche in un contesto natalizio sempre più affollato da altri simboli e rituali. Nonostante la concorrenza crescente di Babbo Natale, delle luci colorate e degli alberi addobbati, la tradizione della Natività mantiene una forte presenza nelle case, nelle chiese e nelle piazze del Paese. È quanto emerge dalle analisi di "Devotio", la più grande fiera al mondo dedicata ai prodotti devozionali e ai servizi per il settore religioso, che si svolgerà a BolognaFiere dal 31 gennaio al 3 febbraio 2026. La manifestazione, giunta alla quinta edizione, riunirà oltre 200 espositori provenienti dall'Italia e da altri 18 Paesi, tra cui i principali produttori e rivenditori di statuine e presepi, a testimonianza di un settore che continua a essere vivo e riconoscibile.

Secondo gli organizzatori, la tradizione del presepe rimane molto diffusa, anche se si sta trasformando. Nelle case italiane diminuisce la consuetudine di costruire vere e proprie scenografie complete, con grotte, carta roccia, stagnola, muschio e lunghi villaggi animati, per lasciare spesso spazio a versioni più essenziali. In molti casi sopravvive soprattutto il presepe simbolico, composto quasi esclusivamente dalla Sacra Famiglia, con Giuseppe, Maria e il Bambino come fulcro della rappresentazione. Una scelta più semplice, meno impegnativa dal punto di vista del tempo e dello spazio, che però mantiene il significato religioso e culturale della Natività.

«Il simbolo del Natale resta assolutamente il presepe, anche se il mondo della pubblicità da anni spinge soprattutto la figura di Babbo Natale, gli alberi natalizi pieni di addobbi colorati e tanti dolci e regali», sottolinea Valentina Zattini, amministratore delegato di Conference Service, la società che organizza la fiera. Il presepe continua a essere centrale soprattutto negli spazi pubblici e religiosi. «Nelle chiese vengono ancora realizzati grandi presepi con personaggi, luci e meccanismi. La Natività trova spesso spazio anche nelle piazze di molti comuni, ma l'albero rimane comunque più appariscente», aggiunge Zattini, spiegando come la tradizione trovi ancora terreno fertile nella dimensione comunitaria, pur confrontandosi con simboli più immediatamente visibili e mediaticamente forti.

Anche dentro le abitazioni private la consuetudine non è scomparsa, ma ha cambiato volto. «Nelle case degli italiani, la tradizione è ancora forte, nonostante si sia un po' persa la consuetudine di realizzare insieme – nonni, genitori e bambini – la rappresentazione del Natale, optando spesso per un piccolo presepe simbolico solo con le statue di San Giuseppe, della Vergine Maria e di Gesù Bambino», spiega ancora Zattini. Una trasformazione che racconta, allo stesso tempo, un cambiamento nei ritmi familiari e un tentativo di mantenere comunque vivo il significato originario della festa.

La produzione dei presepi artigianali italiani resta uno dei punti di forza del settore, forte di una tradizione storica riconosciuta a livello internazionale. I distretti più importanti continuano a essere quelli tradizionali: la Toscana, in particolare l'area di Lucca, specializzata nelle statue classiche; la Val Gardena, famosa per i presepi in legno anche di grandi dimensioni; Napoli, con gli artigiani di via San Gregorio Armeno, simbolo del presepe tradizionale napoletano; Lecce e la Sicilia, storicamente legate alla lavorazione della cartapesta. Accanto a queste produzioni, negli ultimi anni si sono affermate anche nuove lavorazioni in ceramica, plastica, carta e metallo, capaci di offrire soluzioni più leggere, moderne o accessibili.

I presepi made in Italy sono apprezzati in tutto il mondo per qualità artistica, design e fedeltà alla tradizione, ma il settore non è immune da sfide e competizione.

La concorrenza arriva soprattutto da Cina e Sud America, dove i costi produttivi inferiori permettono di proporre sul mercato europeo e globale prodotti a prezzi competitivi. Una dinamica che costringe le aziende italiane a puntare sempre di più sulla qualità, sull'identità artigianale e sul valore culturale dei propri manufatti.

Devotio 2026 sarà anche una vetrina di questa realtà. Oltre ai presepi, la fiera ospiterà migliaia di prodotti devozionali e oggetti per il culto: crocifissi, rosari, immagini sacre, statue, campane, incensi, candele, vetrate, mosaici, calici, pissidi, paramenti liturgici, arredi per le chiese, sistemi audio, soluzioni tecnologiche per la vita pastorale e persino abbigliamento per il clero. Una panoramica ampia su un comparto economico e culturale che continua a essere parte dell'identità religiosa italiana e internazionale.

Il presepe, dunque, non scompare. Si aggiorna, cambia forma, convive con altri simboli e con logiche di mercato globali, ma resta un elemento forte del Natale italiano, riconoscibile nelle case, nei luoghi di culto e negli spazi pubblici. E mentre il mondo della comunicazione moltiplica immagini, luci e richiami commerciali, la rappresentazione della Natività continua a trovare spazio, sostenuta da una tradizione radicata e da un settore produttivo che, pur tra sfide e trasformazioni, resiste e guarda al futuro.