

Devotio 2026: la fiera che racconta il futuro dei luoghi di culto. Valentina Zattini: “Se dovessi scegliere una parola sola? Comunità”



“Buongiorno, buon pomeriggio, buonasera e buonanotte.” È con questa apertura ironica e affettuosa che si entra nel clima di una conversazione che, in realtà, tocca un tema enorme: **come cambiano oggi la devozione, la Chiesa e i luoghi di culto.**

Dal **31 gennaio al 3 febbraio 2026**, a **BolognaFiere**, torna **Devotio 2026**, la manifestazione dedicata al mondo dei **prodotti devozionali** e dei **servizi per il settore religioso**. Una fiera che, dietro l’etichetta di “evento di nicchia”, fotografa un indotto culturale ed economico gigantesco: oggetti di culto, artigianato, tradizione, nuove esigenze delle parrocchie, comunicazione, pellegrinaggi, perfino scelte etiche nella produzione.

A parlarne è **Valentina Zattini**, amministratore delegato di **Conference Service**, la società che organizza la fiera.

Un’edizione “di consolidamento” dopo un anno speciale

Devotio 2026 arriva dopo un periodo particolare: **l'anno del Giubileo** ha acceso i riflettori sul mondo dei pellegrinaggi e su tutto ciò che li accompagna, e il settore ha vissuto una fase di grande movimento. Zattini lo definisce un contesto in cui “tutti hanno corso e devono continuare a correre”, ed è proprio per questo che la quinta edizione punta a rafforzare il percorso fatto fin qui.

I numeri lo raccontano: **229 espositori** provenienti da varie parti del mondo, e una crescita che – edizione dopo edizione – continua. Con una nota molto concreta e realistica: riconfermare visitatori e aziende non è mai scontato, soprattutto in un settore dove il cambiamento digitale arriva più lentamente, ma dove ormai anche gli operatori sono “pieni” di comunicazioni, mail, stimoli. Tradotto: oggi la fiera non è più “curiosità”, è **utilità**. Si viene se serve davvero.

Il tema 2026: spazio liturgico, luogo della fede, bene culturale

Il cuore concettuale dell'edizione è il tema scelto per il programma culturale: **spazio liturgico, luogo della fede e bene culturale**. Una frase che sembra solenne, ma che in realtà è una domanda pratica: cosa succede quando un luogo di culto è poco utilizzato? Come può la Chiesa immaginare progetti e nuovi usi compatibili con la sua identità? E come si custodisce il valore culturale di questi spazi senza trasformarli in qualcosa di freddo o distante?

Devotio prova a mettere queste domande al centro con un programma articolato: **sei convegni istituzionali** curati dal comitato scientifico e **sei workshop** (novità di quest'edizione) richiesti da espositori e associazioni per confrontarsi su temi legati al mondo ecclesiale. A questo si aggiungono **mostre ed eventi in città**: l'idea è che la fiera non sia soltanto stand, ma anche riflessione e formazione.

Il presepe: tradizione viva, tra distretti italiani e progetti solidali

Quando si parla di Natale, Devotio ha un punto fermo: **il presepe**. "Ci sta molto a cuore", racconta Zattini, perché intorno al presepe negli anni si sono incrociati cambiamenti, globalizzazione, importazioni e – diciamolo – anche situazioni assurde. Tipo: ordini un presepe e al posto del bue o dell'asinello ti arriva... **il cane**. Sembra una barzelletta, ma è un'immagine perfetta per dire una cosa seria: nel mercato servono cultura, attenzione, conoscenza dei simboli.

In fiera, però, il presepe non è solo "prodotto": è racconto di territori e filiere. Zattini cita distretti italiani storici come **Val Gardena** (legno), la **zona di Lucca** (pietra/gesso), la **cartapesta in Sicilia e Puglia**, e racconta anche realtà internazionali, come presepi artigianali dal **Sud America** legati a progetti di solidarietà e lavoro nelle aree più fragili.

Devozione e mercato: un indotto enorme (e spesso sottovalutato)

Nella conversazione emerge un punto che in molti evitano: quando si parla di religione si tende a chiudere tutto nella spiritualità, come se la parte economica fosse "stonata". In realtà esiste un indotto enorme: produzione, artigianato, servizi, souvenir, licenze, distribuzione. E soprattutto: ci sono famiglie che lavorano in questo settore. Persone che vivono di questo.

Zattini osserva anche come la guida della Chiesa influenzi, indirettamente, l'attenzione su questi aspetti. Il suo ragionamento è chiaro: ogni pontificato ha un'impronta, e quella impronta – nel bene e nel male – si riflette anche sul mondo produttivo e commerciale.

Il confine etico: "lo crea la persona"

E poi c'è una domanda che "pizzica": **esiste un confine etico nel business degli articoli religiosi?** La risposta non è teorica: per Zattini quel confine lo crea sempre l'uomo, la persona. E aggiunge un punto importante: gli espositori attenti non "vendono per vendere" e non "producono per produrre". Perché qui l'oggetto non è decorazione: spesso è **strumento di devozione** o **oggetto di culto**, qualcosa che accompagna la preghiera e la celebrazione. E proprio per questo, filiera e vendita richiedono rispetto.

Il rischio, semmai, arriva quando si produce per il mondo cattolico in contesti che non ne conoscono cultura e simboli: lì serve più attenzione, più selezione, più responsabilità.

"Se Devotio fosse una parola sola?"

Alla fine arriva la domanda più bella, quella da chiusura: se Devotio fosse una sola parola, non uno slogan, quale sarebbe?

Valentina Zattini risponde senza esitazione: **Comunità**.

Comunità perché la fiera è nata così: da persone e aziende che ci hanno creduto, che l'hanno costruita insieme, che hanno scelto di esserci. Comunità perché, in un mondo pieno di comunicazioni e rumore, restano fondamentali gli spazi reali dove incontrarsi, confrontarsi, formarsi, scoprire.

E forse è proprio questo il punto: Devotio non racconta soltanto un settore. Racconta il modo in cui una comunità – tra fede, cultura e lavoro – prova a dare forma al presente senza perdere le proprie radici.

