



Tan-Expo 2000: Italia batte Francia 3 a 1

di Antonio Dieni

Si è tenuto a Modena, nei giorni 24, 25 e 26 marzo, la Fiera italiana di articoli funerari e cimiteriali. Le aspettative degli operatori di settore erano notevoli, anche perché Funéraire 1999, l'esposizione internazionale di Parigi si era rivelata poco innovativa e c'era il rischio di farne una brutta copia.

L'appuntamento di Modena invece è stato davvero una sorpresa, sia per l'accuratezza degli *stand*, che per le novità. Circa 150 espositori, che spaziavano dagli arredi funebri alle urne, dai cofani mortuari alle autofunebri, hanno offerto una rappresentazione articolata e precisa dell'attuale stato del mercato italiano.

Come sempre, non sono mancati i motivi di attrazione per la stampa non specializzata che tende normalmente a rimanere colpita dagli aspetti più marginali e "caratteristici": la bara super accessoriata, il lumino votivo multimediale, eccetera. Ma non sono qui a parlare di questo. Credo più opportuno riflettere su cosa ha voluto dire *Tan-Expo 2000* al mondo degli addetti ai lavori.

Innanzitutto, che il mercato italiano si sta affrancando da una certa condizione di minorità. E ciò non solo perché quanto si è visto era molto, e molto bello. Ma perché sembra essere ormai compreso un assunto basilare del *marketing* che vede nella riconoscibilità del marchio una delle chiavi per il successo d'impresa. L'imprenditoria funebre sta diventando evoluta e tenta di imporre linee di prodotto caratteristiche, senza voler inseguire a tutti i costi una sterile diversificazione.

In secondo luogo, il mondo dei produttori cerca di dare di sé una impressione di maturità commerciale. Non vorrei sbagliarmi, ma si è ridotta la moltitudine di *gadget*, che generalmente imperversava nelle mostre di categoria, e sono aumentati i tavolini e gli spazi per le trattative commerciali. Segno che la mostra non è un'occasione per farsi conoscere, ma per fare affari.

In terzo luogo, straordinaria è apparsa l'impressione di solidità e di affidabilità. Anche la scelta di strategie espositive *a contrario*, che occultavano totalmente alla vista lo spazio dello *stand*, lasciando fuori una parete neutra con solo il nome della ditta mi è parsa particolarmente azzeccata.

In ultimo, l'assenza di convegni "culturali", sostituiti da appuntamenti e iniziative gestite dalle associazioni di categoria (Sefit, Feniof, Assovotivi), sta a dimostrare che ormai sono inutili le politiche del "fiore all'occhiello" e che la posta in gioco si è fatta importante.

L'impresa funebre italiana con *Tan-Expo 2000* ha lanciato la sua sfida; vuole cambiare la sua immagine, fino ad oggi troppo connotata dagli attributi della attività economica debole, opaca, interstiziale, e si vuol collocare invece sul terreno della fornitura di beni e prestazioni con livelli di assoluta eccellenza. Beni e prestazioni che sono pensati come componenti integrate e di creazione di valore per un "servizio", visto non più come una semplice operazione materiale, ancorché ingiustificatamente costosa, ma come un evento ricco di risonanze simboliche e di *status*.

Al di là delle incertezze e dei ritardi del nuovo regolamento di polizia mortuaria e dell'adozione delle norme sull'accreditamento dell'impresa funebre, il settore ha tenuto a mostrarsi come interlocutore, economico e politico, "accreditato" nei fatti. Soggetto in grado di rispondere efficacemente, in forma commercialmente matura, ai bisogni delle famiglie, e di fronteggiare con efficacia l'invasività di gruppi stranieri e di modelli culturali non appartenenti alla tradizione nazionale.

Se queste sono le premesse non è azzardato prevedere che "ne vedremo delle belle". Certo, processi evolutivi come questi in atto non sono mai indolori e comprendono anche ritorni indietro, errori, conflitti. Ma ciò che si è visto a Modena, assieme a quello che è in dirittura d'arrivo nel settore dei servizi pubblici locali, inducono a ritenere che con il duemila si sia iniziato, e finalmente, un irrevocabile svecchiamento nel nostro mondo.

Si tratta di un'occasione ricca di pericoli, come di opportunità, dove gli steccati ideologici di una volta (pubblico vs privato) e le tradizionali appartenenze politiche verranno scardinate e dove, alla fine, vincerà probabilmente chi sarà riuscito a mantenere salde, nella trasformazione, le ragioni la propria identità professionale.