

IL VIAGGIO

0DS32 Funerari in fiera S32

Funerari in fiera tra morte degna e "tecnologica"

ENRICO LENZI

Dalla raccolta online dei messaggi di cordoglio alla creazione di "luoghi della memoria" accessibili dal telefonino: a Bologna la

fiera Tanexpo, rivolta al mondo (in forte crescita) delle imprese funerarie. Così nel nostro Paese sta cambiando la cultura della dignità della morte.

A pagina 19

Il funerale diventa anche tecnologico E nascono i primi «memoriali digitali»

Dalla raccolta online dei messaggi di cordoglio alla creazione di veri e propri "luoghi della memoria" accessibili dal telefonino. In crescita pure il numero delle case funerarie presenti nel nostro Paese: dalle cinquanta del 2011 alle attuali seicento strutture

IL FATTO

Si è svolta a Bologna l'edizione biennale di Tanexpo, manifestazione rivolta al mondo delle imprese funebri. Tre giorni di stand, incontri e dibattiti su come anche in questo campo i social conquistino spazio

ENRICO LENZI

Inviato a Bologna

Condoglianze digitali, annunci funebri social, creazione di veri e propri "memoriali digitali" in cui inserire e condividere ricordi, foto, filmati o audio del defunto. Ma anche autofunebri di nuova generazione (era presente anche un sidecar modello "funebre"), urne cinerarie di tutte le forme e fogge, cofani funebri (guai a chiamarle bare con gli addetti ai lavori) costruiti con materiali di pregio e

spesso con decorazioni e intarsi artistici. E se ancora non bastasse ecco tanti stand che offrono esempi di lapidi, ornamenti per camere ardenti e persino divise per i dipendenti delle imprese funebri. Innovazione e tradizione si sono mescolate anche quest'anno a Tanexpo, la manifestazione biennale a livello nazionale che si è svolta lo scorso fine settimana alla Fiera di Bologna. Un evento rivolto in primo luogo agli operatori del settore, cioè i titolari delle imprese funebri (circa settemila in tutta Italia). E se l'esposizione dei cofani non manca, si tratta, in realtà, dell'offerta di tanti servizi (alcuni davvero originali) che a loro volta le imprese potranno offrire ai parenti del defunto o della defunta. In-

somma protagonista dell'evento è l'indotto che questo settore imprenditoriale (da quasi due miliardi di euro l'anno) muove, con 225 espositori presenti, il 30% dei quali stranieri. Dati a parte, Tanexpo è anche l'occasione per avvicinare un mondo che in qualche modo cerca di stare al passo con i tempi. Ne sono un esempio alcune piccole imprese che stanno puntando sulla tecnologia come aiuto all'elaborazione del lutto. Ecco allora nascere la collaborazione tra "Onoranze funebri cloud" e "Annunci funebri", che da una decina d'anni offrono «soluzioni digitali per tutta la filiera funebre», dalla parte gestionale dell'impresa, agli annunci funebri online e alla creazione digitale di "libri firma" e gestione dei "messaggi di cordoglio", facendo in modo che i messaggi siano indirizzati a un unico link, per essere poi raccolti e consegnati

alla famiglia del defunto. Sulla stessa linea anche l'agenzia "Memories now, con il suo «spazio funerario virtuale». Di «memoriale digitale» parlano i fondatori di «Rip.memorial», una start up, che mette a disposizione delle imprese (e di conseguenza delle famiglie) un box contenente un QRcode (applicabile anche sulla lapide al cimitero) con il quale accedere alla piattaforma "memoriali digitali", dentro la quale crearne uno per il proprio defunto e nel quale si potrà scrivere un pensiero, caricare foto e video. «In questo modo parenti e amici avranno una vera e propria cronistoria del proprio defunto, per un ricordo perenne» spiegano i responsabili della start up. Un'offerta che farà storcere il naso a qualcuno, ma che si inserisce pienamente nel mondo di oggi, dove i social hanno conqui-



stato molto spazio. E l'aspetto umano del cordoglio? «Non viene meno» rispondono all'unisono i responsabili delle varie imprese. Anzi: «Contribuire a realizzare un ricordo diffuso e condiviso, è proprio il creare quei legami umani in un momento di perdita».

Altro aspetto che in questi ultimi anni ha visto un discreto incremento, è quello delle case funerarie, strutture spesso annesse a imprese funebri, nelle quali poter collocare il proprio defunto in attesa delle esequie. In Italia si è passati dalle 50 strutture del 2011 alle attuali 600. «Costruire una struttura così - spiegano allo stand di Architettura+, studio bresciano specializzato nel settore - significa ricreare un ambiente che in qualche modo ricordi ai parenti del defunto l'ambiente di casa. Del resto oggi le abitazioni non permettono in tantissimi casi di allestire camere ardenti in casa propria e queste strutture sono un servizio alternativo». Ambienti con stanze polifunzionali e che si adattano alle diverse situazioni e al tipo di esequie volute dalla famiglia. «Non vi si possono cele-

brare Messe funebri, ma il rito delle esequie cattoliche si - spiegano i responsabili dello studio -. Ma la stessa sala deve poter ospitare un funerale laico. In tutti i casi il luogo deve venire incontro alle esigenze della famiglia. Là dove esiste la tradizione del "consolo", occorre progettare uno spazio adatto all'esigenza». Insomma prevale la logica del servizio alla famiglia, partendo, comunque, dal dolore e dal lutto che la stessa sta vivendo in quei giorni.

Dolore e lutto che coinvolge anche gli animali domestici e di compagnia. Anche per loro si è sviluppata una fetta del mercato funerario con l'offerta di cremazione e collocazione delle ceneri in urne spesso con le fattezze dell'animale. «Anche in questo caso - spiegano allo stand della Vezzani forni, ditta fornitrice di impianti di cremazione - si risponde a una esigenza dei proprietari, che rispetto al passato non hanno un prato o un luogo dove poter seppellire il proprio animale». Ancora una volta un servizio che intercetta un problema reale, anche se possiamo immaginare che l'idea non

piaccia a qualcuno. Ultimo capitolo quello delle cremazioni. Secondo gli ultimi dati disponibili, un italiano su tre (quasi il 30%) decide di farsi cremare. Anche in questo caso il fattore spazi (nei cimiteri) ha la sua influenza. Ma non tutti guardano con serenità questo progressivo aumento. Sono i produttori dei cofani funebri. «L'approccio delle famiglie che scelgono la cremazione è quello di puntare su cofani semplici - commenta uno dei titolari della Urciuoli, azienda specializzata nel settore -. Nel nostro caso abbiamo comunque cercato di mantenere uno standard qualitativo alto per i nostri prodotti, sicuri che anche nella scelta del cofano passa la volontà di onorare al meglio il proprio congiunto defunto». E se oggi non si scelgono più cofani "pregiati", le aziende non si lasciano scappare certo il mercato delle urne cinerarie. Davvero tante per foggia, produzione, colori. E non manca la fantasia: l'urna cineraria a forma di pallone di calcio con il simbolo della propria squadra del cuore (in questo caso era del Napoli).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL SALUTO DEL PRESIDENTE LEANZA

«Una fiera conosciuta e apprezzata a livello mondiale»

Dall'inviato a Bologna

Sono le nuove tecnologie, «la novità di questa edizione di Tanexpo» sottolinea Alberto Leanza, presidente della manifestazione fieristica e figlio di Nino, iniziatore trent'anni fa di questo progetto, che è diventato nel tempo «una fiera riconosciuta e apprezzata a livello internazionale», anche perché «da sempre impegnata nella valorizzazione di questo settore dell'impresa funeraria». Come spiega il presidente nel saluto introduttivo del catalogo della manifestazione, quest'anno Tanexpo ha previsto all'interno dei tre padiglioni fieristici di Bologna, una vera e propria «area tech, dedicata a tutte quelle aziende che operano nel mondo digitale applicato al comparto funerario».

Nei 23mila metri quadrati di superficie espositiva hanno trovato posto ben 225 stand di aziende che coprono davvero il vasto mondo dell'indotto legato alle imprese funebri. Affari, prodotti offerti, novità nel settore, ma non solo. Anche quest'anno Tanexpo ha previsto all'interno dei tre giorni di manifestazione, incontri e dibattiti su temi di attualità per l'intero comparto. Un esempio? «Il ruolo dei professionisti della cura e la prevenzione del burn-out in ambito funerario» è stato uno dei temi della giornata inaugurale (il 4 aprile scorso). Argomento quanto mai delicato perché affronta un aspetto che forse è difficile da percepire dall'esterno: aiutare a sostenere lo stress umano ed emotivo che gli operatori devono affrontare nel loro lavoro a contatto con i parenti del

defunto e del defunto stesso.

E a dimostrazione di come questo settore imprenditoriale guardi al mondo di oggi, ecco un incontro dedicato al «funerale laico: nuovi scenari nella società e proposte attuali per narrare la storia di vita», e un secondo che ha messo a fuoco «intelligenza artificiale e trasformazione digitale nel business funerario della nuova era».

Riflessione e confronto anche sul patrimonio cimiteriale italiano, perché «possa imparare a dialogare con le proprie comunità per diventare un "patrimonio" di riferimento» delle comunità stesse.

Insomma segnali di una maturazione in questo settore imprenditoriale della necessità di diventare parte integrante della comunità. (E.L.e.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un sidecar «funebre» / Lenzi