

Funéraire '97

Antigone a Funéraire 97, Salone professionale di arte funeraria internazionale, svoltosi a Parigi dal 14 al 16 novembre scorsi. Si è trattato della più importante vetrina europea di prodotti funerari, alla quale hanno preso parte oltre duecento espositori provenienti da quattordici paesi. In una superficie espositiva di circa 7000 metri quadri si è potuto avere così un panorama aggiornato dello stato del settore che coinvolge soggetti economici diversificati: dai cofani alle tombe private monumentali, dalle autofunebri agli impianti di cremazione, via via passando per l'accessoristica, alla previdenza funeraria, alle macchine movimento terra alla tanatoprassi, ai prodotti per la conservazione o per la mineralizzazione della salma, ai software gestionali, ecc. ecc. Ecco il punto di vista di chi c'era.

Nel pianeta funéraire

di Antonio Dieni (*)

Alle spalle, Parigi, la metropoli dei lumi, affollata, caotica, splendente anche di giorno; davanti, una periferia illividita, vagamente desolata, dove costruzioni avveniristiche, come lo stadio dei prossimi mondiali di calcio, si mescolano con residui dell'espansione del dopoguerra. La zona di Le Bourget è un po' tutto questo e non si differenzia da altre periferie italiane ed europee, che non fanno pensare a delle regioni dello scambio tra una città pulsante ed una campagna, alacre e ubertosa, come si diceva una volta. La zona aeroportuale è troppo grande perché la si possa percepire da terra, anzi, ad un certo, punto la strada s'infossa in un tunnel; sopra placidi trascorrono mastodonti con le ali che non si capisce bene cosa facciano. L'immagine è quella di un'area vagamente incongrua, di uno spazio urbano sfilacciato che si precipita in un posto dove ogni cosa diventa possibile e misteriosa al tempo stesso. I cartelli, pochi per la verità, ci fanno svoltare in una zona di fabbricati industriali e ci indicano una costruzione bassa ed ampia, di colore grigio marrone, dove una piccola folla attende di entrare a Funéraire 97. Finalmente.

All'interno lo scenario cambia radicalmente. Un servizio d'ordine in divisa blu e crema accoglie con una cortesia accurata, efficiente, un po' algida. Le operazioni di accreditamento si svolgono con celerità. Munito del pass varco l'ultimo posto di guardia. Ecco, ci sono.

La prima cosa che faccio è inspirare profondamente, voglio che nel più arcaico dei sensi si imprima il ricordo di questa esperienza. L'odore è quello dell'inizio di ogni fiera: quel misto di moquette, nastro adesivo, trucioli bruciati. Eppure c'è qualcosa di diverso, il legno delle casse ed i fiori degli addobbi stanno iniziando a comporre un aroma inconfondibile, per noi del mestiere. Ma non c'è tempo per pensarci, occorre iniziare il giro approfittando della poca gente del mattino.

La mostra è veramente grande. L'organizzazione distribuisce un catalogo accurato ed una piantina del Salone. Forse per deformazione professionale, forse per suggestione, la mappa pare avere inquietanti analogie morfologiche con una vista di un bel reparto cimiteriale di una volta, di quelli con tante tombe di famiglia. Se è stata una scelta voluta, complimenti, se non lo è stata (come penso) merita una riflessione su come, in genere, viene organizzata la distribuzione degli spazi espositivi: forse gli urbanisti cimiteriali avrebbero qualcosa da imparare.

Il primo giro lo dedico agli oggetti. Mi colpisce questa mescolanza di tradizionale e moderno, di esotico e di consuetudinario. Autofunebri solenni e nere, si affiancano a furgoni dai colori acidi, blu e viola sparatissimi. Limitati o del tutto assenti sono le solite modanature e i simboli religiosi, grande abbondanza, invece, di vetri affumicati o addirittura a specchio. Lo stile prevalente è quello di realizzare sul retro un doppio scomparto. Uno chiuso, rivestito all'esterno di moquette, che serve a nascondere totalmente la vista del feretro. L'altro destinato alle composizioni floreali che, in bella vista dal portellone aperto, sono distribuite un po' dappertutto. Strana usanza (che, immagino, non farà certo felici i produttori di cofani) e che trasforma e in certo modo anonimizza questo derivato tecnologico e moderno del vecchio carro funebre. Penso che se uno di questi veicoli mi si affiancasse ad un semaforo nel traffico cittadino, mi toccherebbe guardare la vettura subito dietro cercando una vedova in gramaglie, per capire se si tratta di un funerale, o di una delegazione di executive giapponesi in visita riservata.

Per converso l'accessoristica è un trionfo dell'esplicito. Interi stand dedicati a urne di tutti i tipi e di tutti i materiali. Lastre copri loculo e copri-celleta, decorate con i motivi più vari, dalla foto del *caro*, ai bassorilievi con la casa di villeggiatura (davvero!). Più contenuta, ma anche questa all'insegna della mescolanza dei generi e dei simboli, l'esposizione degli accessori in lega metallica, portafiori e portafoto, delle statuine. Gli stand dei produttori di cofani sembrano essere più improntati alla tradizione. Certo non mancano alcune rassicuranti eccentricità come le bare messicane rosa confetto, in puro metallo (anche

economiche, purtroppo in Italia vietatissime). Fortunatamente sono posizionati lontano dalle autofunebri, altrimenti l'accostamento dei colori costringerebbe al suicidio persino un camaleonte. Da segnalare anche una linea di cofani americani, stonati e con la classica bipartizione del coperchio, dove nella parte inferiore è stato realizzato uno scompartino per depositare oggetti, cartigli o messaggi che terranno compagnia al defunto: un pensiero gentile rivolto ai familiari, in fondo per loro esiste tutto questo (qualche maligno direbbe: *sono quelli che pagano*). Tra quelle che mi paiono novità tecniche di rilievo: macchine scavatrici che possono muoversi agilmente tra le sepolture senza danneggiarle, piccoli carri ponte elettrici e semoventi per il trasporto delle lapidi sui campi di inumazione. Scopro un modo di scavare le fosse e predisporre il campo che mi lascia davvero a bocca aperta, assieme all'escavatore sono previsti contenitori facilmente movimentabili per la terra di scavo oppure, se ciò non è possibile, esistono sistemi di nastri trasportatori che ottengono gli stessi risultati: zona di sepoltura delimitata e sgombra da cumuli fangosi. Con questi accorgimenti e con una spesa limitata è possibile restituire all'inumazione la sua dignità senza obbligatoriamente ridurre il rito ad un frettoloso interrimento di una cassa in una zona di cantiere variamente devastata.

Il posto d'onore per lo spazio espositivo più bello del Salone spetta ad una ditta di addobbi floreali (finti). Una cosa stupenda, lo stand, molto grande, delimitato ai quattro lati dalla riproduzione di sepolture con tanto di lastre, croci in pietra (probabilmente residue di tombe antiche), ghiaietta, piccola cancellatina e decorazioni floreali. L'insieme sicuramente evocativo, ma non macabro, alleggerito da una divisione dello spazio interno costituita da pannelli verticali, dove una intelaiatura di legno grezzo e una rete a maglia esagonale contengono delle foglioline secche dalle tenui sfumature marrone. Un esempio tanto di soavità quanto di gusto, ottenuti con elementi poveri certo, ma dall'impatto non effimero, a differenza di bronzi o graniti, alcuni del peso di decine di quintali, affastellati da qualche altro espositore.

Dopo una rapida colazione nel ristorante (più che eccellente) del Salone, proseguo andando a curiosare negli stand delle mostre internazionali previste per il 1998. Conto quella di Valencia, di Modena, almeno due nei mitici States e, mi pare, una in Germania, senza tenere in considerazione altre rassegne minori. Tutto questo pullulare di iniziative testimonia sicuramente della dinamicità del settore. Le imprese con respiro internazionale partecipano alle mostre con diversi scopi: tenere le relazioni con il proprio agente, promuovere la propria immagine all'interno di mercati ancora vergini, limitare la possibile influenza dei concorrenti. Personalmente aggiungo: prendere parte (visti rilevanti costi di allestimento e, immagino, di affitto dello spazio) ad una cerimonia collettiva, del tipo *potlach* per intenderci, dove la distruzione rituale della ricchezza è un atto di rinforzo e coesione connaturato al rango. Pare tuttavia che questa esorbitante offerta di eventi finisca col saturare i budget aziendali destinati annualmente alla promozione. Come conseguenza mi dicono si abbia, da qualche anno, l'emergere di una strategia difensiva che si traduce nello scoppio di un conflitto (simulato o vero che sia non importa) tra un intero segmento produttivo del comparto e gli organizzatori. Di volta in volta, rissano i produttori di bare, i marmisti ecc. Così facendo si accontenta tutti, dato che viene ad essere decretata, dalla singola associazione di produttori o dal cartello dei maggiori, una sorta di autoesclusione che evita colpi bassi da parte dei diretti concorrenti. C'è da domandarsi fino a quando il "litigio sistemico" risulterà essere un sistema vincente per frenare l'escalation competitiva sui mercati, o se invece, poiché, troppo casuale ed insicuro (sfugge sempre qualcuno), non verrà sostituito dalla programmazione di iniziative non più generaliste, ma superspecializzate. Finora il collante di tutto è stato il *target*: ovvero l'impresa onoranze funebri. In futuro probabilmente, a causa dell'aumento di peso dei fattori finanziari (leggi previdenza funeraria) nella composizione dei fatturati globali questo impasse verrà superato. Il settore della contrattualistica per le esequie (traduco brutalmente dal francese *contrats obseques*) è dispiegato in forze al Salone, dove si contano circa 13 compagnie. Una presenza discreta nel tratto, ma significativa dell'influenza che questa forma di intermediazione sta iniziando ad avere all'interno del mondo funerario, specie in termini di modernizzazione della forma di impresa. L'impressione è che molti operatori assicurativi, più che per presentare i loro prodotti, utilizzino il Salone per farsi sedurre dai loro futuri partner. Le conseguenze sfuggono la mia capacità di predizione, ma tutto ciò non mi pare una moda passeggera. Seppure in una prospettiva di medio periodo questa realtà del mercato inizierà a trasformare la situazione italiana.

Il salone chiude alle 18,30. Cena in un locale con jazz dal vivo al quartiere latino, poi, anche se la notte è ancora giovane, difilato a dormire in albergo, colto come sono dalla febbre ascetica dell'invitato.

Il ricordo del secondo giorno è soprattutto quello dei volti, delle espressioni, degli abbigliamenti. Tra gli espositori, l'atmosfera è attenta, ma rilassata. Superato l'impaccio iniziale, oliati i meccanismi di contatto con i visitatori. Tutto fila liscio negli stand e oggi, sabato, ci si aspetta il pienone. Lo spazio piano piano si riempie di gente, che viene accolta, blandita, circuita, saziata (già alle dieci del mattino si sentono i primi botti degli "sciampagnini"). Fanno la comparsa borse, tracolle, sporte, sempre più rigonfie di depliant e

gadget. Osservo morfologicamente che l'operatore funerario medio si stereotipa in:

- capelli medio-medio lunghi, doppio petto in tinta con camicia e cravatta (per i più schierati, pallini bianchi del Cavaliere), scarpe marrone o nere: italiani e francesi, con abbinamenti di colori scuri e camicia azzurro-bollente per i primi, varie sfumature alla crema d'autunno per i secondi (stile prestazione executive);
- ispanici (stile J. Cortez): capelli senza mezze misure, lunghi arricciolati o corti, ma scolpiti da buoni etti di gel, camicia scurissima, cravatta gangster Chicago anni'30, senza giacca, stivaletti;
- capelli cortissimi e biondissimi, occhi azzurrissimi, incarnato pallidissimo o rosa shocking (stessa vernice delle bare messicane), camicia bianchissima, cravatta scura a stilo, completo metallizzato blu o nero: americani o inglesi (stile MIB "Man In Black" o MIT "Manager in Tanatoprassi");
- olandesi, tedeschi o provenienti da aree influenzate dal marco (stile collaboratori del commissario Derrick): capellone scaleno e similfalso, dai colori improbabili (grigio-castano-mielato), vestitone rigorosamente pezzato da geometrie alla Mondriand, cravattoni fantasia, orologio da quattro chili, scarpe di preferenza arancione.

Prima considerazione: tutto ciò è la rappresentazione dello statuto ancora incerto della categoria. L'operatore funebre, pur svolgendo lo stesso lavoro dovunque, è un soggetto che si conforma alle varie rappresentazioni standardizzate. Anzi la ragione di questo poli-mimetismo, l'assenza di una *divisa* (penso ad esempio al gessato obbligatorio del banchiere internazionale) sta nella necessità di assimilarsi innanzitutto alle altre categorie professionali. Più, quindi, la volontà di affermarsi come operatore economico "normale", con i consuetudinari segni di censo, che come depositario di una competenza specialistica.

Seconda considerazione; le differenze non intaccano l'identità di gruppo. Dinanzi alle esposizioni di attrezzi o ai video illustrativi si radunano operatori di molte nazionalità che discutono in quella che mi sembra un'improbabile lingua franca: un misto di inglese ispano-francesizzato. Segno che ci si riconosce e ci si confronta sui problemi specifici della professione.

La giornata è anche per me segnata dagli incontri. Gente di Torino, che non vedevo da anni; produttori di cofani, conosciuti nei convegni Sefit o al Th'Expo (che mi dicono che l'italian style è ancora imbattuto in Europa); tra gli altri, non poteva mancare la Feniof, con Renato Miazzolo in grande spolvero e, ovviamente, Daniele Fogli alla testa di una Commissione Europea. Si parla, si commenta, su chi c'è al Salone. Soprattutto, com'è normale, si fanno pettegolezzi su chi manca. Come sempre, quando Sefit e Feniof si vedono, sia pur in campo neutro, bisogna innescare la competizione. Il duello avviene, non alle sette dietro il convento delle Carmelitane, ma alle diciassette, dietro lo stand del Cyber Funéraire. La scelta delle armi cade sui siti Internet: quello ancora in allestimento della Feniof (www.feniof.it) realizzato dalla stessa ditta che ha prodotto www.immortality.it (nome che, a seconda di come lo si guardi, può essere un augurio o una maledizione inducendo, come spiacevole effetto secondario se inverato, la scomparsa dell'intera categoria funebre) e il già noto www.cispel.it/sefit. Ovviamente, facendo il verso ad una nota pubblicità *non c'è paragone*. Le azzurrine videate della Feniof si infrangono contro il tree strutturato ed i link della Sefit. Il rapporto è quello che ci può essere tra la corazzata *U.S.Saratoga* ed un pedalo¹.

A cena, Daniele Fogli mi dice, chiacchierando di cose italiane e non solo, che questo Funéraire si situa temporalmente ad un passo dalla totale liberalizzazione in Francia del settore delle onoranze funebri. Tornato in albergo, scorro rapidamente il numero di Ottobre del *Journal des Communes* e leggo testualmente che con il 10 gennaio 1998 "un gran numero di persone sono già pronte a procedere alla sepoltura delle aziende pubbliche". Una buona occasione per guardare il Salone con occhi diversi, specie se considerazioni competenti contribuiscono ad aprirteli.

L'indomani una domanda mi frulla in testa mentre faccio gli ultimi giri: la situazione che c'è oggi in Francia, è quella che sarà domani in Italia? Ma non c'è materialmente il tempo, ho solo un paio d'ore prima di schizzare al Charles De Gaulle. Appena uno sguardo alle pubblicazioni di settore. Carta strapatinata; foto - foto, che coprono altre foto, che schiacciano lo scritto: una preponderanza che spezza con le parole anche i ragionamenti; format da sala d'aspetto dentistico o da rivista femminile da leggere sotto il casco (anche se non m'immagino un dialoghetto del tipo: *signora, mentre il dottore sbriga un'altra paziente, dia un'occhiata a queste tombucce così carine*); editoriali tutti più o meno autocelebrativi; titolazioni che

¹ Detto per inciso, un invito a tutti a non dormire sugli allori e a lavorare per far crescere il sito. Se rimane troppo ferma, anche per la *Saratoga* arriva il giorno di Pearl Harbour.

lanciano improbabili epifanie di una nuova era: *eccoci!* Oppure (nemmeno sottovoce) *siamo i migliori!*².

Nonostante la fretta, mi fermo incantato davanti al video che gira sui monitor collocati ai lati della piramide (guarda il caso!) della piazza centrale di Funéraire. Aldilà del titolo, contagiato anche questo da deliri epocali (dev'essere un'epidemia), "*I riti funebri del terzo millennio*", e di un commento bilingue da radio di stato bulgara (old fashion), le immagini sono girate con delicatezza e partecipazione. Si tratta di un viaggio tra i cimiteri di città europee: Ankara, Istanbul, Londra, Parigi, Aosta, Palermo, Mosca, Sofia, Madrid, Lisbona ecc. ecc. Che dà testimonianza delle impressionanti similitudini che percorrono l'intero continente dagli Urali fino all'Atlantico. Grandi correnti religiose, secoli di conflitti tra paesi, stati, nazioni, imperi, non hanno potuto scalfire gli elementi fondanti il cerimoniale funebre: il ricordo di chi ci ha lasciato, l'augurio di una vita migliore, il dolore e la consolazione di coloro che sono rimasti. Ma al tempo stesso, il filmato fa apprezzare l'estrema importanza che assumono sfumature, anche minime, nel caratterizzare l'identità religiosa, sociale o politica. Piccolissimi segni marcano una distanza: l'uso del ritratto del defunto tipico dell'area mediterranea e slava, il suo rifiuto nel mondo islamico ed in quello riformato; l'affollamento delle sepolture nelle culture contadine, la dilatazione degli spazi *a parco* in quelle industriali. Tra le tante, due cose mi hanno colpito. La prima è l'usanza di ricavare lo spazio di un sedile e di un piccolo tavolino, vicino alla sepoltura, anche se si tratta di una modesta tomba in terra. Si lascia modo a chi va in visita di stare seduto, di dialogare con il proprio caro, di fumare una sigaretta, perfino di bere qualcosa in onore del defunto. La seconda è stata l'immagine, se non ricordo male presa in un cimitero di Mosca, di una tomba dalla composizione assolutamente normale, chiusa da una quinta lapidea volumetricamente simile alle altre, dove tuttavia era impressa una scena familiare così composta: la figura intera del defunto, di sua moglie, entrambi appoggiati ad un'enorme Mercedes bianca della quale si poteva leggere persino il numero di targa. Vedere come quelli che sembrano banali segni della modernità e del consumismo, possono venire reimpastati con la tradizione, è testimonianza dell'enorme sincretismo del simbolismo funerario; un processo però che trova la sua ragione di verità e si perpetua, soprattutto perché si fonda sulla intenzionalità comunque e con ogni mezzo, della comunicazione. Questo filmato fa vedere come i riti e le tombe non siano fatti per i morti: esistono principalmente per parlare della vita ai vivi.

Ancora con in testa queste immagini, salgo sull'aereo e rifletto su tutto ciò che ho visto e sentito. Il Salone mi è parso esprimere una grande spinta di trasformazione del secondo livello del settore funerario, quello che fornisce gli oggetti alla ditta di onoranze. Per tre giorni si sono intrecciati discorsi sugli approcci alla qualità nei processi produttivi, sulle ricapitalizzazioni dell'impresa, sulle partecipazioni azionarie, sull'utilizzo di nuovi strumenti finanziari. Da un punto di vista tecnologico le aziende - mettendo in mostra contemporaneamente decine e decine di linee di prodotti - hanno esibito la loro efficienza, valorizzando come *plus* la loro abilità nell'operare l'integrale "macchinizzazione" delle possibilità offerte dall'artigianato d'alto livello dei cofani, delle lastre e dei bronzi, degli accessori.

Paradossale il fatto che tuttavia questo management autocelebrandosi come ultramoderno, salvo limitate eccezioni, sfora, mettendoli caoticamente assieme i simboli di tutte le tradizioni. Siamo ancora lontani dalla soglia di una vera modernizzazione. Viviamo in una fase confusa, forse *selvaggia*, e tuttavia ricca di opportunità. Il crinale sta nella riconoscibilità di quanto si produce, nella sua attitudine a trasmettere qualcosa e nell'assumersi (con la forza di persuasione necessaria) la responsabilità di sostenere quanto si fa. In questi snodi si colloca la sfida. In fondo, l'industria dell'automobile (che ha cambiato cose mica da ridere, ma le nostre categorie di spazio e di tempo) non nasce con l'epoca dei buffi e fantasiosi trabiccoli, ma solo quando qualcuno riesce a dire "*ognuno ha diritto ad avere l'auto del colore che desidera, purché sia nera.*"

Arrivo a Linate, devo andare in stazione per tornare a Torino. All'uscita una folla di tassisti abusivi, ne prendo invece uno "regolare". Il tassista, un tipo simpatico, mi inizia a raccontare dell'andazzo locale, degli abusivi che vanno a prendere il caffè coi vigili, dei problemi della categoria. Ok, sono uscito dal pianeta *funéraire* e sono ritornato a terra. È tutto.

(*) Settore Cimiteri del Comune di Torino

² Vabbè, è così che va il mondo. Penso ad una ricorrente immagine della cultura europea tra il XV ed il XVII secolo, così per esempio, Isaac Newton nella lettera del 5 febbraio 1675 a Robert Hooke, "se ho visto più lontano, è perché stavo sulle spalle di giganti". Cfr. R.K.Merton, Sulle spalle dei giganti, Il Mulino, 1965. Cosa dire [...], forse non è sufficiente ballare l'hully gully per autodefinirsi un watusso. Vedi al proposito, il celeberrimo componimento del Lionello, che inizia con "*Nel continente nero, / alle falde del Kilimangiaro...*"