

# Ambasciatori dei mieli



di Laura Capini



## API, IMMAGINARIO COLLETTIVO E MARKETING: DOLCEZZA O FREGATURA?

*Come un'operaia, volo esplorativo tra spot, alta moda e vip che amano le api*

**U**n paio d'anni fa, sfogliando distrattamente uno di quegli onnipresenti cataloghi di mobili che arrivano per posta, ho notato nell'allestimento di una camera per bambini alcune foto di girasoli e api, giallo e arancio acceso in tinta con la laccatura di armadio e letto.

Ma sono io che ormai vedo api ovunque (1) o sono entrate -rientrate- prepotentemente nell'immaginario collettivo?

A farci l'occhio è facile incontrare api, bombi e vespe in giro per le città: sui fiori certo, ad alzare lo sguardo magari su qualche balcone, ma anche sui muri, nelle vetrine, su ombrelli a coprire bambini dalla pioggia e sulle borse a racchiudere i segreti di qualche signora. Ma certo non di signore qualsiasi, se le borse a tema delle grandi firme costano dagli 860,00 € della storica azienda Braccialini (non la più

economica ma l'unica oltre al bauletto a forma di gufo indicata SOLD OUT sul loro sito per i "temi iconics") ai quasi 3000 € di una borsa Gucci da viaggio.

La maison Gucci sembra aver sviluppato una vera passione per le api, sono inserite, ricamate o applicate, su borse di varia foggia, maglioni, camicie, cappellini, anelli, sandali, portafogli, cravatte, cinture e persino calze (tutti prezzi poco abbordabili per dei

Murales dell'artista Matthew Willey per il progetto 'The Good of the Hive'



Ambasciatori dei mieli



Zaino Web Animalier con ape, Gucci € 1490



Collezione Primavera/Estate 2013 di Alexander McQueen, The Bee Collection



Collezione Autunno-Inverno 2015/16 D&G

normali apicoltori in questo elenco: si va dai 150 € per un paio di calze, passando dai 230 € per un cappellino da baseball e ai 495 € per una cintura o 550 € per una camicia, per arrivare ai 1490 € per uno zainetto (2).

Stessa passione per le nostre amiche api accese lo stilista Alexander McQueen nel 2013, la collezione donna primavera/estate era totalmente dedicata alle api; su youtube si può facilmente reperire un video di circa 10 minuti in cui api ed esagoni fanno da padrone in una collezione sobria e facilmente indossabile da qualsiasi donna, come solo lo stilista inglese avrebbe potuto immaginare, non oso cercare i prezzi, intanto è roba vecchia e nessuna apicoltrice fashion addicted che si rispetti metterebbe vestiti di 3 anni fa.

Nel 2015/16 persino Dolce & Gabbana si sono lasciati affascinare dai nostri pronubi preferiti per la collezione uomo, anche in questo caso, volendo, si trova il video della sfilata in rete, naturalmente tutti pezzi poco appariscenti ed eleganti; le mie "preferite" sono delle scarpe che mia nonna in genovese avrebbe chiamato "babucce" ma che scopro chiamarsi Slippers, immagino che abbinate al completo che potete ammirare in foto porterebbero al blocco immediato di covata di qualsiasi regina e alla capitolazione amorosa di qualsiasi donna.

Per tornare con i piedi per terra, indossando maschera, tuta e gli abituali scarponi da lavoro, ricordo l'antipatico spot dello scorso anno di poste italiane in cui un apicoltore circondato dalle proprie api si reca in banca (riprodotta tipo gabbia da esperimento) e crea il panico tra i clienti perché gli asettici esaminatori possano testare la validità del prodotto reclamizzato (degnò di nota lo spot della stessa serie in cui dei mariachi non possono smettere di suonare di fronte alla cassa di un supermarket). Se da un lato si può registrare con una certa soddisfazione il riconoscimento dello status di lavoratore all'apicoltore – sebbene stagionale- e non solo

di figura romantica o di sfruttatore di animali, dall'altro l'immagine delle api che terrorizzano i clienti fino a farli scaraventare fuori dalla vetrata ha il sapore di un b-movie anni '60 e rischia di portare di un bel passo indietro le piccole conquiste faticosamente ottenute sulla percezione dei "cittadini" sugli insetti.

Per provare a tuffarmi ancor di più nel quotidiano spicciolo dei comuni mortali (quelli che le borse da 2000 € le vedono in vetrina, anche se c'è chi le sogna e chi invece le trova eticamente riprovevoli) ho provato a fare un piccolo esperimento al volo mentre facevo la spesa: in diverse catene di supermercati oltre agli immancabili cereali glassati al miele (ne riparleremo), alle barrette snack, alle ovvie caramelle e a degli improbabili chewingum "honey&lemon" (ahimè li ho assaggiati e sanno più che altro di detersivo) ho trovato sugli scaffali creme, saponi e shampoo al miele e/o pappa reale e al propoli.

Ho comprato, sedotta da favo e ape stilizzata, uno shampoo e balsamo della Garnier, una delle marche più famose, che si chiama "i tesori del miele" e promette di riparare, ricostruire e nutrire grazie alle proprietà dei prodotti dell'alveare. Dando un'occhiata alla lista degli ingredienti trovo piuttosto in fondo quelli apistici declamati in etichetta, per cui ipotizzo, ma non ne sono certa, che il reale apporto benefico sia piuttosto blando. Per i saponi tira un sacco anche l'abbinamento latte&miele, evocativo di infanzia e dolcezza, mentre il povero pino silvestre, immancabile totem degli anni 80-90, sembra essere completamente passato di moda. Come promesso poche righe fa torno sui cereali da prima colazione: qualche tempo indietro Cheerios ha lanciato una campagna pro-api in collaborazione con una azienda di sementi canadese, la Vasey Seeds, che ha fornito bustine di semi di piante bee-friendly. Hanno trovato un modo semplice ma efficacissimo: lasciando sulla scatola dei cereali solo la silhouette dell'Ape Buzz,



Fermo immagine dello spot di Poste Italiane, un attimo prima dello scatenarsi del panico



La confezione di Cheerios durante la campagna #bringbackthebees

storica testimonial dei cereali, per sensibilizzare il pubblico al declino delle api (3). Geniale operazione di greenwashing (4) o reale preoccupazione per i produttori di uno degli elementi essenziali degli Honey Nut Cheerios, tra i cereali più venduti d'America? In Europa per accordi commerciali Cheerios è legata a Nestlé, una delle aziende più boicottate (5) da quando esistono i movimenti per il consumo consapevole, quindi in un'ottica commerciale potrebbe essere conveniente per queste multinazionali con interessi globali "dare un colpo al cerchio e uno alla botte".

Ultimamente anche le edizioni Paoline hanno messo in copertina, su un volumetto per bambini che spiega l'enciclica "Laudato sii", un'ape in compagnia di papa Francesco. Se il Vaticano, che negli ultimi tempi sulla comunicazione di massa ha parecchio da insegnare, intitola un libro "Ciao, sorella ape", mi viene da pensare che api e apicoltori siano proprio

sulla cresta dell'onda! Famosi a livello mondiale e capaci, consapevolmente o meno, di spostare l'opinione, i gusti e le tendenze di milioni di persone sono senz'altro Scarlett Johansson, Michelle Obama, Peter Fonda, Morgan Freeman, Samuel L. Jackson, Jon Bon Jovi, Leonardo di Caprio, Steve Vai, Flea (Red Hot Chili Peppers), Suggs (Madness) che si dichiarano apicoltori per diletto e per placare lo stress; purtroppo non ho trovato neanche un famoso italiano che allevi api, sebbene non credo sia per mancanza di spirito bucolico, ci sono diversi esempi di aziende vitivinicole di vip.

Sting, che ormai da molti anni possiede una tenuta in Toscana, il Palagio, in cui si produce e vende miele, non cura direttamente le api, ma supporta 'Bees for development', organizzazione internazionale che incentiva l'apicoltura (in ottica rigorosamente sostenibile e rispettosa della biodiversità) come mezzo per com-

battere la povertà nel terzo mondo. Anche Moby si è speso personalmente per la difesa delle api nella lotta mondiale contro i pesticidi neonicotinoidi nel video (6) girato come testimonial della campagna #saveourbees dice una cosa che magari per noi che supportiamo da anni Beelife potrebbe suonare banale, ma probabilmente non lo è per i suoi fan: "anche se avete paura delle api, anche se non vi piacciono, abbiamo bisogno di loro, ci permettono di vivere, di mangiare!". Le api non hanno mai smesso di affascinare l'umanità, gli scrittori, i creativi e i filosofi, il mondo è sempre più piccolo, le informazioni sempre più veloci e se vale ancora l'aforisma di Oscar Wilde "bene o male purché se ne parli" (7) potremmo essere felici sia delle sfilate d'alta moda sia della pubblicità terrorizzante, l'importante è che i consumatori siano coscienti dell'importanza degli insetti impollinatori e del lavoro di migliaia di apicoltori che cercano di sopravvivere e di essere "custodi e protettori delle api".

(1) In psicologia questo meccanismo si chiama "attenzione selettiva": il cervello seleziona e filtra gli stimoli ritenuti interessanti a discapito di uno "sfondo" a cui non si presta attenzione. Si cerchi l'esperimento del gorilla se interessati al tema.

(2) tutti i prezzi sono presi dagli online store delle marche citate

(3) fonte: [www.ilfattoquotidiano.it/2016/07/09/cheerios-in-cambio-di-semi-la-campagna-pro-api-che-fa-contenti-ambientalisti-e-multinazionali/2890344/#disqus\\_thread](http://www.ilfattoquotidiano.it/2016/07/09/cheerios-in-cambio-di-semi-la-campagna-pro-api-che-fa-contenti-ambientalisti-e-multinazionali/2890344/#disqus_thread)

(4) Greenwashing è un neologismo indicante la strategia di comunicazione di certe imprese, organizzazioni o istituzioni politiche finalizzata a costruire un'immagine di sé ingannevolmente positiva sotto il profilo dell'impatto ambientale, allo scopo di distogliere l'attenzione dell'opinione pubblica dagli effetti negativi

per l'ambiente dovuti alle proprie attività o ai propri prodotti. (*wikipedia*).

(5) Nestlé viene boicottata da almeno vent'anni per la pratica di fare pressione sui medici perché venga consigliato l'allattamento artificiale (con il proprio latte in polvere) invece dell'allattamento al seno.

In particolare nei paesi in via di sviluppo crea problematiche igieniche legate alla qualità dell'acqua.

(6) [https://www.youtube.com/watch?v=8h2Qr\\_5gyN0](https://www.youtube.com/watch?v=8h2Qr_5gyN0) (inglese)

(7) Ho avuto il dubbio che l'attribuzione a Wilde fosse errata, con tutti gli aforismi fantasiosi che gli vengono attribuiti in rete, ma poi ho capito che deriva dal *Ritratto di Dorian Gray* "C'è una sola cosa al mondo peggiore del far parlare di sé: il non far parlare di sé"



## Api Buridane

a cura di Luigi Manias, pag. 150, Edizioni NUR

Il volume *Api buridane*, per la cui realizzazione è stato decisivo il contributo di Apiareos e Ambasciatori Miele Italiani, sarà presentato nella serata del 7 dicembre durante un'iniziativa specifica. L'opera raccoglie saggi vari di autori di diversa estrazione. Simona Abis, italianista, con *Coelestia dona* indaga gli epigrammi di Guido Ceronetti sul miele in un epistolario inedito; Ignazio Floris, Vitale Deiana, Claudia Pinna dell'Università di Sassari propongono: *Breve escursus sulle origini e l'evoluzione dell'apicoltura sarda, una sintetica ricostruzione storica dell'apicoltura sarda; Analisi demografica e evoluzione dell'apicoltura sarda nel XX secolo*, una resumé su censimenti apistici in Sardegna, *Toponomastica e apicoltura nel Medio Campidano*, dove la toponomastica conferma la pervasività dell'apicoltura in una provincia sarda. I contributi di Luigi Manias, apicoltore, "agitatore culturale" e curatore del volume, sono: *Apiareos. Le ragioni di un nome*, sui significati di un nome e di un logo; *Genesi di un'opera The bees di Graham Sutherland*, sulla fasciazione apistica di un grande artista inglese; *Giovanni Antonio Carta pioniere dell'arnia a favo mobile in Sardegna*, che demolisce la vulgata dell'arretratezza apistica sarda; Il progetto *Le api di carta*, laboratorio propositivo di respiro nazionale e luogo di interscambio della riflessione culturale in apicoltura, *Prolegomeni ad una storia dell'apicoltura sarda*, un preliminare che privilegia la fonte archivistica; *Silvia Plath apicoltrice*, un inedito ritratto della poetessa americana. Ilaria Marogiu, storica dell'arte, indaga in *Marginalia. Gli ex libris apistici* i significati riposti di una collezione unica; mentre Greca Natasha Meloni, antropologa, in *L'Apicoltura in Sardegna: uno sguardo antropologico*, afferma che una pratica esperta e di sapere sulla natura prevede in apicoltura modalità 'non-ortodosse' di interazione con essa.



## Piana Ricerca e Consulenza srl

- Analisi polliniche di miele, polline e pappa reale
- Corsi di formazione in analisi sensoriale del miele e altri temi
- Consulenze
- Collaborazioni nell'ambito di progetti di ricerca in Italia e all'estero

**Richiedeteci il listino base o un'offerta personalizzata**

Via dei Mille, 39 40024 Castel San Pietro Terme BO  
 Tel. +39 051 6951574 - Fax + 39 051 6942492  
[pianaricerca@pianaricerca.it](mailto:pianaricerca@pianaricerca.it) - [www.pianaricerca.it](http://www.pianaricerca.it)

### DAL 1977 LE CARMELLE DI QUALITA' IN APICOLTURA

**TRENTA GUSTI DI CARMELLE AL MIELE. TRENTA BUONISSIMI MOTIVI PER CONTATTARCI.**

**QUARANTESIMO OTTOLINA**

[www.ottolinamiele.it](http://www.ottolinamiele.it)  
[info@ottolinamiele.it](mailto:info@ottolinamiele.it)