

COME IL COVID CAMBIERÀ IL MERCATO DEL MIELE

Odiare il prodotto nazionale nei fatti, lodarlo a parole. È questa la politica adottata negli ultimi decenni in Italia (e non solo). Ci sciacquiamo la bocca con le “eccellenze”, col “made in Italy” ma di fatto non mettiamo in atto alcuna politica volta a salvaguardare queste eccellenze o almeno la politica si attiva laddove le “eccellenze” hanno dietro una organizzazione di produttori solida, un corpo elettorale vivace, da tutelare...

I

n una recente intervista a Forbes, Greg Shved, importante imprenditore apistico californiano (oltre 17.000 alveari prevalentemente usati per l'impollinazione) ha dichiarato:

«Il mercato è la più grande minaccia per le nostre api».

In sintesi, secondo l'apicoltore statunitense le logiche di mercato, favorendo l'importazione massiccia di mieli a basso costo, obbligano sempre più i produttori statunitensi a tenere in magazzino i propri fusti. Non potendo svendere il proprio miele molte aziende finiscono per chiudere perché diventa insostenibile la cura delle api con ricavi risicati.

Ebbene, questo è un problema non solo statunitense, ma globale. Meglio, è un problema delle nazioni occidentali più sviluppate e nelle quali vige il dogma del libero mercato e dell'assenza di dazi doganali o di regolamenti volti a privilegiare e a salvaguardare i produttori nazionali. Per anni ci è stato detto con la certezza di chi ha avuto una qualche rivelazione divina che è sbagliato mettere dei dazi, che non è corretto tutelare le produzioni nazionali a scapito di quelle di altre nazioni...

Certo, ci si indigna a fasi alterne per i lavoratori della Foxconn che producono gli Iphone e per l'alto numero di suicidi di dipendenti cinesi sfruttati, ci

si indigna per i lavoratori minorenni nelle miniere di coltan africane, per i bambini che confezionano scarpe da ginnastica di marca in Vietnam, ma a chi interessa com'è prodotto il miele cinese o quello ucraino o di chissà quale altra Landa del mondo?

Odiare il prodotto nazionale nei fatti, lodarlo a parole. E' questa la politica adottata negli ultimi decenni in Italia (e non solo). Ci sciacquiamo la bocca con le “eccellenze”, col “made in Italy”, ma di fatto non mettiamo in atto alcuna politica volta a salvaguardare queste eccellenze o almeno la politica si attiva laddove le “eccellenze” hanno dietro una organizzazione di produttori solida, un corpo elettorale vivace, da tutelare. Noi apicoltori invece andiamo in ordine sparso, pecore anarchiche, secondo la definizione che dava degli italiani Roberto Gervaso. Siamo pecore perché seguiamo sempre qualcuno e non alziamo mai la testa, e siamo anarchici perché fondamentalmente non amiamo fare gruppo, difendere un interesse comune. Come dice Greg Shved a pagarne le conseguenze sono le api, non solo noi apicoltori.

In questo scenario competitivo e privo di protezioni per i produttori occorre sperare nella capacità di educare il consumatore a riconoscere e valorizzare i mieli di qualità. Certo, certo, per anni li abbiamo presi in

giro con le “proprietà” dei singoli monoflora, li abbiamo gabbati proponendogli il ciliegio come diuretico e il tiglio come calmante, ma grazie ai numerosi sforzi fatti in anni recenti il consumatore è diventato più attento, più cauto, oggi addirittura storce il naso dinanzi a un miele ancora liquido a settembre, dopo aver compreso che la cristallizzazione non è un difetto. Ciò può avere un senso per una fascia di consumatori, magari attenti al biologico, al benessere, alla salute fisica e psichica.

E chi va al Penny Market o all'Eurospin? Come fai a convincerlo che quel miele sino/ungherese a 7 euro al chilo (un prezzo elevato rispetto alla media) non ha alcuna relazione col tuo miele che vendi a 15 euro al chilo? Impossibile, perbacco!

Anche perché spesso capita fra apicoltori di ascoltare il Tafazzi di turno, quello sveglio che fa: *«qual è il problema? Spesso il miele ucraino o ungherese è migliore del nostro!».*

Ecco, amico caro, ti stai condannando a cambiare mestiere.

Perché qui in gioco ci sono almeno due fattori: da un lato la consapevolezza che gli standard produttivi italiani sono mediamente superiori a quelli del resto del mondo.

Chi abbia fatto un giro in altri paesi europei o extraeuropei potrà ampia-



mente testimoniare (e mi riferisco a fattori come: uso dell'escludiregina, promiscuità fra favi da melario e favi da nido, uso di presidi veterinari, uso di antibiotici, generali condizioni igienico sanitarie dei laboratori di smielatura). Il secondo aspetto è una questione di biodiversità e territorio: vogliamo metterci in testa che abitiamo una nazione fra le più fortunate al mondo quanto a biodiversità? Che abbiamo la possibilità di produrre mieli unici, monoflora straordinari, apprezzati e ricercati sin dall'antichità? Abbiamo ancora un briciolo di orgoglio nazionale tale da farci decantare i nostri meravigliosi mieli del territorio, rispetto all'anonimato delle miscele internazionali o alla retorica di quelle due o tre varietà d'importazione che peraltro fanno la fortuna di tanti apicoltori italiani dediti al commercio? Qui veniamo ad un punto ulteriore: quanti di noi, disillusi dalla caduta dei prezzi, dalla fatica del lavoro, dalle difficoltà produttive, si fanno affascinare dalle sirene dei commercianti, dalle offerte ungheresi, polacche, ucraine o rumene? E così acquistano fusti e li rivendono nei mercatini come gustosi prodotti della provincia italiana più incontaminata. Questa pratica immorale - scusate se non si è sentito forte, lo ribadisco: questa pratica IMMORALE - danneggia tutti quanti noi, ma danneggia soprattutto le api. Chi si prenderà cura di loro se innescando una spirale verso il basso dei prezzi del miele diverrà insostenibile l'attività di apicoltura?

Che relazione hanno queste considerazioni col Covid? Ebbene, durante la

quarantena di marzo e aprile le importazioni di miele non si sono certo fermate, anzi sono aumentate. L'illusione di una de-globalizzazione, di un ritorno ai prodotti locali, a una velleitaria autarchia nazionale, si è infranta da un lato contro gli interessi dei grossisti e della grande distribuzione e dall'altro contro le abitudini malsane della gente.

Il piccolo negozietto sotto casa, appena riaperte le gabbie, è stato presto snobbato per preferirgli il centro commerciale affollato. La dimensione di quartiere, la solidarietà, la spesa a domicilio, sono state cancellate come il ricordo di una reclusione forzata, un ritorno ad un'epoca precentro commerciale, pre-globale, che non piace alle pecore anarchiche italiane. Così la mia personale profezia sul mercato del miele è che molte aziende saranno destinate a chiudere. Molte piccole o piccolissime aziende. Molti di coloro che hanno vissuto di mercatini non reggeranno l'onda d'urto di una seconda ondata.

Modelli aziendali fondati sulla quantità e non sulla qualità, con prodotti collocati in fascia bassa o media saranno costretti o a reinventarsi o a chiudere. Molti commercianti travestiti da apicoltori vedranno i loro margini sempre più ridotti e - Deo gratias - finiranno per chiudere.

Molti piccoli hobbisti solleticati dalle opportunità di facili guadagni e di una via d'uscita dalla disoccupazione o dalle incertezze del mercato del lavoro si scontreranno finalmente con la realtà di una attività che non può essere improvvisata e non conduce affatto a facili guadagni, anche

perché l'apicoltore è in senso stretto un allevatore, ma l'hobbista illuso pretende di essere al contempo allevatore, imprenditore, commerciale, esperto di posizionamento del prodotto, grafico e social media manager. Capite bene che anche qui l'ondata alta del reale finisce per soffocare le piccole scialuppe di salvataggio calate dal transatlantico della crisi economica. In questo scenario, dunque, nel quale nulla possiamo sperare dalla politica, nulla dall'associazionismo e poco dai consumatori, non ci resta che imparare dalle api: se il nido diventa troppo stretto, occorre sciamare, trovare altre soluzioni.

Se invece il nido è equilibrato occorre economizzare, essere previdenti, adattarsi alle sfide del clima e della natura, così come a quelle del mercato. Occorre trovare il giusto equilibrio fra scorte e covata (commercio al dettaglio e ingrosso), non far mancare mai polline di qualità (avere sempre del capitale circolante), sigillare bene le falle dell'alveare (eliminare costi superflui, ristrutturare le strutture produttive e commerciali) con la propoli e sperare che non venga mai l'apicoltore di frodo a toglierci parte del nostro miele (la concorrenza sleale, lo Stato opprimente, la burocrazia punitiva).

In più occorre quella dose di creatività, di saggio istinto, di fiuto infallibile che contraddistingue le api quando scelgono il mix dei loro nettari ed edificano in natura i loro alveari per proteggerli dal vento, dalla pioggia e dai predatori.

Saremo in grado di competere con l'intelligenza e la capacità di adattamento delle api? Solo il tempo potrà dircelo, intanto però cominciamo ad osservarle con più attenzione, ad ascoltarle nella consapevolezza che, come sempre, sapranno offrire sagge risposte ai nostri interrogativi e alle nostre preoccupazioni.

● Francesco Colafemmina