

# E l'Ape portò lavoro

DI ROSSANA SISTI

**L**o slogan fu lungimirante e la scommessa mantenuta: l'Ape vi aiuta a guadagnare, assicurava la pubblicità. Allora si chiamava réclame ma per il Paese, uscito a pezzi dalla guerra e ansioso di rimettersi in piedi, quella prospettiva calzava a pennello. E fu così che il minuscolo trabiccolo da trasporto

a tre ruote che nasceva da una mutazione della Vespa cominciò a trainare la ricostruzione. Era il 1948, la Repubblica era ancora bambina, aveva solo due anni: Luigi Einaudi era il presidente della Repubblica e De Gasperi il capo del Governo. Bartali volava in bicicletta al Giro e al Tour e De Sica incassava l'Oscar per *Ladri di biciclette*. Lo stipendio medio di un italiano era di 140 mila lire e l'Ape ne costava 170 mila. Ma il successo, per l'Italia che stava scoprendo le cambiali e l'acquisto a rate, fu assicurato. Una Vespa con il rimorchio: tecnicamente questo era il format che - due anni dopo il lancio della mitica due ruote messa a punto alla Piaggio dall'ingegner Corradino D'Ascanio - connotava il motofurgoncino dal nome d'insetto operoso. E se l'una,

la Vespa, era la conquista del viaggio urbano come svago, l'altra, l'Ape, dilatava l'orizzonte della strada e diventava il simbolo dell'Italia laboriosa, il veicolo che rimorchiava agricoltura, commercio e artigianato e, con un colpo d'acceleratore, portava l'economia verso il futuro. Quel piccolo motocarro perfezionava la vendita ambulante e inaugurava l'era delle consegne a domicilio, funzionava da ca-

mioncino e insieme da utilitaria familiare. Mentre i carretti invecchiavano e le quattro ruote erano un lusso, da brava operaia l'Ape rappresentava l'altra faccia dell'Italia su strada, quella po-

polare che invece dello svago cercava e produceva lavoro. Consumi e manutenzione al minimo, niente targa né patente, prezzo accessibile, agile nel traffico come sul terreno accidentato dei sentieri di campagna, l'Ape ha attraversato quasi sessant'anni di storia forte del suo valore d'uso, subendo evoluzioni e declinandosi in una serie nutrita di modelli di varia natura, cilindrata e carrozzeria. Veicoli entrati a far parte di diverse flotte aziendali ma nella maggior parte dei casi semplicemente personalizzati dal proprietario con una tal fantasia, da sfuggire a qualsiasi possibilità di catalogazione. È proprio in questa continua reinvenzione di ruoli e agghindamenti che la Lapa - come dialettalmente in Sicilia è chiamata l'Ape - regna regina al Sud, soprattutto

nell'isola, universalmente adottata come utilitaria, un po' casa, un po' officina e bottega, teatro e altare, palcoscenico e vetrina, taxi, stalla e auto familiare contemporaneamente. Carro funebre e ambulanza all'occorrenza. Guardare l'Italia e la Sicilia dalla parte della Lapa è esercizio affatto accademico. Per Franco La Cecla, antropologo - che le dedica un piccolo pamphlet, in uscita in questi giorni da Eleuthera, intitolato

*La Lapa e l'antropologia del quotidiano*, con le fotografie di Melo Minnella (pagine 62, euro 7,00) - è l'occasione per raccontare seppure in modo giocoso e divertito in cosa consiste l'antropologia del quotidiano. Lo sguardo e la riflessione sull'altro che abbandonano osservatori lontani e indigeni di tribù sperdute per focalizzarsi sulle cose quotidiane, quelle che in genere ci sfuggono perché troppo vicine e visibili. E

non c'è dubbio che, per come la raccontano La Cecla e Mannella, siciliani doc, la Lapa deve essere stata anche per i due consuetudine quotidiana, oggetto familiare, carico di desideri, ricordi e affetti. Chissà,

forse pure per loro una seconda casa. Che alla prima somiglia a cominciare da quelle porte che al contrario poco hanno a che vedere con le portiere d'auto. Porte che concedono all'autista l'ingresso in piedi a fronte alta, senza l'umiliazione di abbassare la testa. La Lapa, suggerisce La Cecla è un mezzo serio e veramente popolare: ha solo funzioni e niente optional, né autoradio né aria condizionata, né alzettri automatici. Senza una funzione precisa ma al tempo stesso con tante funzioni: prime tra tutte quelle ereditate dal calesse e dal carretto, con l'epopea dei pupi disegnata, quadri multicolore a coprire la carrozzeria, pennacchi e ghirigori a istoriarla senza lasciarne vuoto un filo. Fino a farne un murales, un'opera pop che Andy Warhol avrebbe apprezzato ed elevato ad arte. Non solo. Agile meticcio tra lo scooter e il camion la Lapa ha concretizzato con cinquant'anni d'anticipo il sogno di gran parte degli umani alla guida: credere di essere un camion pur senza esserlo, come tanta passione per i fuoristrada giganteschi dimostra.

Ma il lato più affascinante della Lapa su cui si concentra l'analisi dell'antropologo è quel suo essere un'auto sociale, un veicolo con piazzetta annessa, con cortile aggiunto dove ci si incontra, si gioca, ci si lascia investire dal vento. E si osserva il mondo. Ci si sente liberi dalla prigione dell'auto chiusa e compatta. Ma la Lapa è molto di più: lì ci si ammassa per andare alla festa di santa Rosalia o al mare, il rimorchio si stipa di taniche per cavare l'acqua alla fontana, si attrezza a carrozzone di moderno fast food per vendere sfincioni e panelle. E ancora diventa gelataio, taxi, camioncino della frutta, bus per amici, carro di carnevale, carro funebre, ambulanza, carro bestiame, carro per portare in giro il Santo.... «La Lapa, aggiunge l'antropologo è come le bambole a cui si possono cambiare i vestiti. È l'elemento base del gioco a cui si può aggiungere qualunque travestimento, è come una Barbie della strada». Un modello base da personalizzare, vestire e organizzare a piacimento. E da fornire persino di sonoro o di luci colorate come quelle che illuminano la processione e l'albero di Natale.