Ecommerce in bottiglia

Scritto da Maurizio Artusi
Domenica 03 Aprile 2011 12:10

E' risaputo che in Italia, l'**ecommerce,** è meno diffuso rispetto agli altri paesi europei, per non parlare degli **Stati Uniti**, dove ormai da anni è pratica comune acquistare online. Nel Bel Paese però ci sono settori merceologici che fanno ben sperare, quello del vino, purtroppo, non è tra questi, anzi, lo strumento internet in genere non è molto ben utilizzato dai produttori se non come semplice vetrina per i propri vini. In Sicilia, la situazione non è delle migliori, qualcuno però ha iniziato a utilizzare il proprio sito web per fidelizzare i consumatori o addirittura per instaurare un vero canale di comunicazione a doppio senso. Due sono le cantine siciliane che stanno sfruttando meglio il web, la **Cantina Nicosia**, con una vera rubrica di enogastronomia e ricette del territorio, e la **Cantina Rallo**, con un blog ricco di eventi riferiti al territorio e che ha persino indetto un concorso di ricette online. Di ecommerce in cantina però non se ne parla proprio, anche nelle altre regioni d'Italia, su tale fronte, la situazione pare che non sia migliore. Immaginate la mia sorpresa, quando ho saputo che a pochi passi da Palermo, nella vocata **Valle delle Jato** lungo la **SS624**, una vera strada del vino, c'è un piccolo produttore, **Leonardo Grippi**, che con le sue **18.000** bottiglie all'anno ha, da pochi mesi, iniziato l'avventura della vendita online. Leonardo è anche socio della **Cantina Don Tomasi**, di **Giuseppe Terrasi** e **Silvio Riggio**, dove si reca ogni anno per vinificare il suo Nero d'Avola. La famiglia Grippi coltiva da sempre la terra ed in particolare le uve, ha quindi conosciuto tutte le fasi della viticoltura siciliana. Nonno Leonardo iniziò quest'avventura nel **1920**, producendo in proprio un vino che veniva venduto sfuso, poi negli anni **'70**, i Grippi, hanno vissuto l'epoca del conferimento alle cantine sociali ed infine, con l'ultima generazione nel **2005**, il nipote Leonardo ha iniziato finalmente ad imbottigliare. Una volta prodotto il vino, però, sorge il problema di venderlo ad un prezzo giusto, sia per il produttore che per il consumatore. Pochi mesi fa, la **Cantina Maurigi,** situata a **Piazza Armerina** al centro della Sicilia, ha lanciato una provocazione, ha "licenziato" tutta la sua forza vendita, iniziando così rapporti diretti tra produttore e rivenditore, Leonardo, invece, non avendo mai avuto una rete di vendita, infatti ha sempre commercializzato le sue bottiglie insieme alle etichette della Don Tomasi, ha pensato bene di accorciare ancora di più la filiera, passando al rapporto diretto produttore-consumatore. Ed ecco che, nel giro di pochi mesi, la filiera del vino è stata azzerata, grazie alla vendità online, raggiungendo così un interessante rapporto qualità prezzo. Una soluzione impensabile fino a pochi anni fa, sia per carenza di comunicazione che per problemi nella spedizione e nei contatti, insomma, prima mancava internet ! Facendo un giro in rete si possono trovare diversi siti che vendono vino online, ma i produttori che lo fanno direttamente sono pochissimi, mosche bianche. Eppure i prezzi sarebbe convenienti per tutti, più remunerativi per il produttore e più bassi, nonostante l'aggravio del trasporto, per il consumatore, poi non parliamo delle modalità di pagamento dei canali commerciali, in particolare dell'Ho.Re.Ca. Alberghi, ristoranti e bar, infatti, per abitudine pagano le fatture ai produttori con ritardi enormi rispetto alla data di emissione. L'iniziativa di Leonardo ha eliminato in un colpo solo tutti i summenzionati problemi, l'idea, particolarmente innovativa, è da premiare anche per i risultati, che sembrano buoni. In un mercato appiattito sulle vecchie strutture di vendita e distribuzione, la soluzione realizzata da una realtà piccola come quella di Leonardo e della Don Tomasi, che arrivano al massimo a produrre complessivamente 95.000 bottiglie l'anno, rappresenta un modello da analizzare e da tenere in debita considerazione.

Leonardo, però, non si è fermato alla sola vendita online, nel suo sito la comunicazione col cliente deve essere a 360 gradi, video, blog, spiegazioni sul ciclo produttivo della vite, lo scopo è quello di far seguire al consumatore-cliente il ciclo di vita dell'uva fino ad arrivare alla bottiglia da acquistare. Parte di questo ambizioso progetto è stato già realizzato, il resto è in corso di attivazione.

Il nonno di Leonardo, dopo aver impiantato le viti nei terreni di famiglia, oggi rivive anche nelle bottiglie del nipote, il suo nome, "**Don Leo**", ha infatti battezzato l'unica etichetta prodotta da Leonardo, inoltre, costituisce anche l'indirizzo del sito web donleo.it. Leonardo però ci ha provato gusto e, oltre a vendere online il suo vino ha aggiunto, coinvolgendo gli amici della zona, prima i **vini della Cantina Don Tomasi**, poi l'olio **extravergine d'oliva** di **Assolivo**, il Presidio Slow Food del **Manderino Tardivo di Ciaculli**, la **marmellata** con esso prodotta, i **limoni primofiore**, **bianchetto** e **verdello** e prossimamente anche alcuni **dolci tipici siciliani**. Insomma donleo.it sta diventando, in pochi mesi, un interessante esempio di vendita online del territorio siciliano, con costi per il

consumatore fortemente competitivi, sia per l'Italia che per l'estero. Ed è appunto l'estero dove il sito sta avendo maggiore successo, in particolare in Belgio, dove sembra che apprezzino molto i vini dello Jato.



Conoscevo già alcune etichette della Don Tomasi, ne avevo scritto in passato su www.cucinartusi.it, ma ho voluto approfittare di donleo.it per approfondire meglio la passione di Leonardo e l'impresa a cui si è dedicato. In un piovoso giorno di Marzo mi sono quindi recato in cantina, alla periferia del paese di **San Cipirello,** a 30 km da Palermo. Ho iniziato la degustazione assaggiando il **Donna Sofia**, un **Catarratto Extra Lucido** in purezza, coltivato in una delle zone in cui esso si esprime al meglio, mi ha subito colpito per la complessità dei profumi. L'assaggio del Catarratto, non ancora filtrato, l'ho effettuato con un prelievo in vasca, infatti l'annata 2010 non era ancora stata imbottigliata, mi piacerebbe tanto vedere cosa ne verrà fuori quando sarà posto in commercio. Nel frattempo, mi sono deliziato con la sua morbidezza a base di banana, fiori e frutta bianca, mi ha ricordato uno Chardonnay piuttosto che un Catarratto ! Poi è stata la volta del secondo vino, uno **Jatò Bianco** del **2010**, blend di **Grillo** e **Chardonnay**, anch'esso molto profumato, con sentori di banana e fiori bianchi. Poi ecco i rossi, in primis il **Don Leo 2008**, prodotto esclusivamente con le uve di Leonardo, si è rivelato come un **Nero d'Avola** in purezza dai sapori antichi, non la solita esasperata frutta rossa da barrique, ma un vino bilanciato dai sentori non troppo aggressivi, ciliegia, erbe balsamiche, leggeri frutti rossi ed infine pepe e peperone. Il lungo affinamento in bottiglia, dopo solo 3 mesi di barrique, non aveva ancora arrotondato perfettamente i tannini, comunque ben presenti, sintomo di sicura longevità del vino. All'opposto del precedente il **Nero d'Avola 2009** di **Don Tomasi**, con frutta rossa esplosiva e vaniglia molto persistente oltre che al naso anche in bocca, forte dei suoi 4 mesi di barrique di primo passaggio. Nello **Jatò Rosso 2007** di **Don Tomasi**, blend di **Syrah e Nero d'Avola**, spiccavano invece erbe balsamiche e frutta rossa, ma anche pepe e peperone, gentilmente sormontate dal sentore di legno apportato dai suoi 8 mesi di barrique non nuove. I tannini, erano molto presenti e molto arrotondati, fini al palato. Infine, il vino più impegnativo della serie, un blend al 70% + 30% di **Cabernet Sauvignon-Nero d'Avola** del **2004** di **Don Tomasi** che, con le sue sole 8000 bottiglie prodotte, rappresenta il vino di punta dell'offerta della cantina. Nonostante il suo lunghissimo affinamento, 12 mesi in barrique, non di primo passaggio, ed i 6 anni di bottiglia, presentava comunque dei profumi erbacei, quasi freschi, che accompagnavano il naso verso il rosmarino, l'origano e un delicato sentore di vaniglia. I tannini, finissimi, erano perfettamente polimerizzati, molto avvolgenti, un vino polposo in bocca, da abbinare con cura ad un formaggio erborinato o ad un pecorino molto stagionato, ottimo anche "accompagnato da solo", con meno meditazione e tanto piacere. Ottima la filosofia di affinare a lungo i vini in bottiglia, processo molto lento ma meno invasivo nei confronti dei profumi rispetto al legno. E i prezzi ? I vini vanno dai 5 ai 6 euro, con un'eccezione per il Cabernet Sauvignon-Nero d'Avola che ne costa 12, sul sito comunque sono presenti diverse offerte miste con prodotti diversi.

Interessante l'olio, un blend in parti uguali di **Nocellara**, **Biancolilla** e **Cerasuola**, prodotto dalla **Cooperativa Assolivo** che raccoglie più di 10.000 produttori siciliani. Dal fruttato medio, ricco di carciofo, mela verde, erba appena tagliata e una leggera vena di pomodoro. Difficile trovare un blend così bilanciato e pulito, si percepivano distintamente i tre profumi caratteristici delle rispettive cultivar. In bocca, i profumi venivano replicati con l'aggiunta di un piacevole ammandorlato che li ammaestrava tutti; discreto il contenuto polifenolico. Dello stesso olio ne viene prodotto un blend identico ma con la **Carolea**, cultivar a me sconosciuta, al posto della Cerasuola, che purtroppo non ho potuto assaggiare.

Poi, dulcis in fundo, è proprio il caso di dirlo, è stato il momento della **marmellata di Manderino Tardivo di Ciaculli**, prodotta dallo stesso Consorzio che coltiva i frutti. Marmellata molto aromatica preparata con una buona quantità di frutta, 65%, e con l'aggiunta di farina di semi di carruba, astringente naturale. Dall'aroma delicato ma a volte pungente, agrumata, con uno spiccato sapore di arancia amara. Anche nel caso del Manderino Tardivo di Ciaculli, Leonardo, ha sfruttato le cosiddette sinergie commerciali, infatti **Angelo Airò Farulla**, suo socio nell'attività vitivinicola, è anche produttore nell'ambito del Consorzio. Questa particolare cultivar di manderino è ormai coltivata solo in una ristrettissima area situata in periferia di Palermo, ne sono rimasti talmente pochi ettari che **Slow Food** ne ha preso in carico la protezione; il Tardivo è l'ultimo avamposto dell'ormai scomparsa **Conca d'Oro**,

anticamente così chiamata per la colorazione dorata apportata dalle estese coltivazioni di agrumi in essa presenti. L'olio essenziale che protegge la buccia del Tardivo è particolarmente intenso, basta sbucciarlo con le mani per rimanere impregnati a lungo del suo potente profumo, il piacevole effluvio riesce a propagarsi anche a diversi metri dal luogo di sbucciatura, inoltre è particolarmente persistente, ideale il suo utilizzo per la produzione di rosoli e liquori. In bocca il sapore è moderatamente dolce, gli spicchi sono molto acquosi e ricalcano fedelmente i profumi della buccia. Insomma, un Manderino con la M maiuscola !

Donleo.it rappresenta la realizzazione del progetto di Leonardo e forse anche di quel suo nonno omonimo, il quale avrebbe sicuramente provato grande piacere nel vedere un pezzo di Sicilia così ben proiettato nel mondo. Il vero obiettivo di Leonardo, però, è quello di eliminare del tutto il canale di distribuzione Ho.Re.Ca e vendere le sue 18.000 bottiglie online, ci riuscirà ? Ardua impresa la sua, ma io lo terrò sotto controllo e vi farò sapere.

moocasa_albumid=5589900424791595793