

L'OPINIONE
DEL SOMMELIER
Paolo Basso

Best sommelier of the World 2013



RATSCHLÄGE
DES SOMMELIERS
Paolo Basso

Best sommelier of the World 2013

I CONCORSI ENOLOGICI, OPPORTUNITÀ E INSIDIE

Sono stato spesso chiamato a far parte di giurie di concorsi enologici, sia a livello nazionale che internazionale. Ogni tanto mi si chiede di raccontare il senso, lo svolgimento e i retroscena di simili competizioni, che si moltiplicano proporzionalmente alla diffusione della cultura del vino. Ce ne sono troppi, si afferma. Direi che vanno di pari passo con l'interesse che il vino suscita - non più solo tra pochi eletti - e con la sua mediatizzazione. Sono un indispensabile strumento di marketing e di comunicazione e danno una visibilità a chi vi partecipa pari se non maggiore a quella acquistata con la pubblicità.

Un ottimo trampolino di lancio per chi, disponendo di un prodotto che ritiene di buona qualità, vuole farsi conoscere. Infatti ai concorsi enologici non partecipano i miti: ve lo immaginate un Petrus in gara? Anzitutto non ha bisogno di conferme o di espansione del mercato, in secondo luogo anche i concorsi nascondono qualche insidia e le buone reputazioni sono da difendere. Ecco, il limite di queste manifestazioni c'è ed è rappresentato dal loro stesso meccanismo: si dà un giudizio al vino per come è in quel preciso momento. Che magari non è quello ottimale per "quel" vino, perché non tutti i vini danno il massimo nello stesso tempo. È un limite che induce molti produttori a non mettersi in gioco: perché in quel momento il loro

Ottimo strumento di marketing e trampolino di lancio che dà visibilità. Con qualche limite...

vino non è pronto. Altri invece rinunciano perché hanno avuto cattive esperienze che magari li hanno danneggiati, o perché non hanno bisogno della visibilità che ne viene.

Quando mi chiedono se provo a "indovinare" il vino che ho nel bicchiere per giudicarlo rispondo sempre che secondo me è il più grande errore che può fare un degustatore. Ci sono due approcci di degustazione: quello per identificare il contenuto del bicchiere e quello per stabilirne la qualità e darne poi un giudizio di valore. Nei concorsi le due cose non vanno mescolate e bisogna concentrarsi solo sul secondo aspetto. In questo caso sapere da chi e come è stato prodotto il vino può far prevalere la conoscenza di dati oggettivi sulle sensazioni degustative; si finisce per giudicare non quello che c'è nel bicchiere ma quello che si pensa di avere nel bicchiere. Solitamente i degustatori ufficiali legati all'OIV (Organizzazione internazionale della vigna e del vino) sono preparati a questo lavoro e fanno capo solo alle informazioni ricevute (regione, annata, fascia di prezzo).

Un ultimo appunto: non bisogna mai scordare che "il miglior vino" (dell'anno, della regione, di un vitigno particolare...) è il migliore tra i vini che hanno partecipato alla sfida, non in assoluto. Si tratta insomma di un "gioco", anche se da prendere seriamente.

TÜCKEN UND CHANCEN VON WEINWETTBEWERBEN

Ich bin oft in Jurys von Weinwettbewerben auf nationalem wie internationalem Niveau berufen worden. Gelegentlich werde ich darum gebeten, über den Sinn, Ablauf und die Hintergründe von derlei Wettbewerben zu erzählen, von denen es je mehr gibt, desto stärker sich die Weinkultur verbreitet. Es seien zu viele, finden einige. Ich würde sagen, ihre Zahl nimmt im Gleichschritt mit dem wachsenden Interesse – von nicht mehr nur einigen wenigen Eingeweihten – für den Wein und der Medienbeachtung zu. Sie sind ein unverzichtbares Instrument für Marketing und Kommunikation und bringen Teilnehmenden mindestens soviel Aufmerksamkeit wie ein gekauftes Inserat.

So sind sie ein sehr gutes Sprungbrett für jemanden, der bekannt werden möchte und über ein Qualitätsprodukt zu verfügen glaubt. Legenden nehmen nicht teil: ein Petrus im Weinwettbewerb? Unvorstellbar. Zum einen, weil er keine Bestätigung benötigt oder den Markt vergrößern muss. Zum anderen, weil die Wettbewerbe auch Tücken haben und es den guten Ruf zu wahren gilt. Ja, diese Veranstaltungen haben ihre Limiten. Das liegt an ihrem Mechanismus: Man bewertet die Weine zu einem festgelegten Zeitpunkt. Der ist für einen bestimmten Wein vielleicht nicht ideal, denn nicht alle Weine erreichen ihren Höhepunkt gleichzeitig. Ist ihr Wein nicht bereit, sehen viele Produzenten von einer Teilnahme ab. Andere

Ein sehr gutes Marketing-Instrument, ein Sprungbrett, das Sichtbarkeit bringt – mit gewissen Limiten...

verzichten, weil sie schlechte Erfahrungen gemacht haben und dabei geschädigt wurden oder auf die Aufmerksamkeit verzichten können.

Fragt man mich, ob ich zu "erraten" versuche, was für einen Wein ich im Glas habe, um ihn zu beurteilen, antworte ich, dass das der grösste Fehler eines Degustators ist. Es gibt zwei Arten von Degustationen. Jene, in der es den Inhalt des Glases zu identifizieren gilt. Und jene, in der man die Qualität zu beurteilen hat. Diese Dinge sollten bei Wettbewerben nicht vermischt werden, vielmehr hat man sich dort auf den zweiten Aspekt zu konzentrieren. Denn weiss man, von wem und wie der Wein produziert wurde, kann das die während der Degustation gewonnenen Eindrücke überlagern. Ist das aber der Fall, beurteilt man nicht das, was sich im Glas befindet, sondern was man im Glas zu haben glaubt. Offizielle, der OIV (Internationalen Organisation für Rebe und Wein) angeschlossene Degustatoren sind üblicherweise auf diese Aufgabe vorbereitet und stützen sich einzig auf die erhaltenen Informationen (Region, Jahrgang, Preisniveau).

Eine letzte Bemerkung: Man sollte nie vergessen, dass der "beste Wein" (des Jahres, einer Region, einer Rebsorte...) nur der beste unter den teilnehmenden und nicht aller Weine ist. Schlussendlich handelt es sich um ein "Spiel"; allerdings um eines, das ernst zu nehmen ist.