

Il punto di vista dei produttori sui concorsi enologici

*Positivi o negativi?
Aiutano a vendere?
Aiutano a orientare la produzione?
Dove migliorarli?*



Andrea Sartori
Presidente della
Confederazione Italiana
della Vite e del Vino –
Unione Italiana Vini (Uiv).

Ben vengano i concorsi; non tanto perché aiutano le vendite – è difficile che si utilizzino questi riconoscimenti per una comunicazione orientata al mercato –, ma perché rappresentano uno spunto di riflessione per il produttore: possono aiutarlo a capire come ha lavorato e se può fare meglio. Le commissioni devono però essere altamente specializzate, la loro professionalizzazione è prioritaria.



Giordano Zinzani
Direttore tecnico
di Cavrio

I concorsi enologici organizzati seguendo le direttive, per l'Italia del D.M. n. 335 del 1994 o in altri Paesi quanto regolamentato dall'Union Internationale des Oenologues, si possono considerare dei concorsi seri e su cui si esprime un giudizio positivo. Quanto agli effetti sulle vendite, il compito della promozione dei risultati è affidato alle aziende, e se queste sanno sfruttare nella comunicazione i risultati sicuramente possono favorire la vendita. Per quanto concerne invece la produzione, se un tecnico valuta attentamente i risultati dei vini premiati, può trarre degli spunti interessanti sulle caratteristiche dei vini preferiti. Dove migliorarli? Sicuramente non ci si deve mai fermare, però il livello professionale dei concorsi oggi è molto elevato.

Serve forse una maggiore preparazione di alcuni giudici, come i giornalisti, che alle volte hanno poca dimestichezza con i sistemi delle schede o punteggi. Un altro aspetto da migliorare potrebbe essere quello della diffusione dei risultati.

Fausto Peratoner
Direttore generale della Cantina
La Vis e della Val di Cembra



I concorsi enologici (ai quali ho partecipato in veste di degustatore in molte occasioni) sono sempre stati uno strumento di misura del posizionamento dei prodotti che vengono presentati e degustati. Sicuramente non si può generalizzare sulla validità e sulla serietà dei concorsi enologici, anche se la maggior parte si basa su criteri e metodi di svolgimento seri e certificati. Possono essere un buon strumento per migliorare più che per orientare la produzione, e nel futuro dovrebbero essere sempre più specifici, definendo degli obiettivi e dei temi più mirati e maggiormente utilizzabili per i consumatori.

Etile Carpenè
Presidente di Carpenè Malvolti



Ritengo i concorsi enologici positivi, se seri e composti da giurie competenti e imparziali. Nella vendita aiutano solo indirettamente: la grande massa dei consumatori spesso non è informata dei concorsi enologici, di cui si parla e si commenta quasi esclusivamente nell'ambiente enologico. Contribuiscono comunque alla valorizzazione della marca, e danno motivazione agli agenti e responsabili di vendita. Sono inoltre decisamente utili al miglioramento della qualità, perché rappresentano per il tecnico un confronto ed una sfida. Possono dare anche orientamenti alla produzione, con indicazioni sui gusti del consumatore e sulle tendenze del mercato. A questo fine è importante conoscere le caratteristiche dei membri delle giurie: se composte da tecnici o consumatori, di quale nazionalità ecc.

Franco Giacosa
Direttore tecnico di Zonin



I concorsi enologici? Positivi, ma non aiutano molto le vendite in quanto – dati alla mano – i risultati ottenuti per diversi vini che hanno ottenuto lusinghieri riconoscimenti (medaglie) non hanno fatto registrare forti incrementi di vendita. Ciò significa, almeno per l'a-

zienda in cui lavoro, che probabilmente le informazioni sono arrivate poco al consumatore finale o che le motivazioni all'acquisto non sono state determinanti. Una eccezione poteva essere il concorso mondiale di Montreal in cui i vini premiati con medaglia d'oro venivano automaticamente listati dal monopolio SAQ in Quebec. Concorso che tuttavia, oggi, non viene più organizzato.

Con questo ribadisco che i concorsi hanno validità come banco di prova per l'azienda e in diverse situazioni possono dare maggiore convinzione e sicurezza alla forza vendite. Inoltre aiutano a capire come un vino viene valutato da una data giuria nazionale o internazionale in comparazione con molti altri vini della zona oppure di diversi continenti e danno degli orientamenti molto utili all'enologo. Sono banchi di prova della qualità dei vini con i limiti dovuti alla composizione delle giurie e ai metodi utilizzati nelle degustazioni. Dove migliorarli? Meglio se viene effettuata una pre-selezione e i migliori comparati una seconda volta.



Sandro Boscaini
Presidente di Masi Agricola

I concorsi enologici hanno certamente contribuito (specie negli ultimi 10/15 anni) a creare prima curiosità e poi ad avvicinare l'interesse di molte persone al vino. I giudizi e le classificazioni che ne derivano certamente possono orientare il consumatore nella scelta e stimolare il produttore nel miglioramento continuo. Le variabili prezzo e reperibilità del prodotto vengono però raramente considerate nelle valutazioni, conseguentemente la funzione di indirizzo all'acquisto ne risulta un po' "azzoppata".



Bruno Trentini
Enologo e direttore generale della Cantina di Soave

Credo che non esista al mondo un prodotto che più del vino sia oggetto di concorsi, classifiche e degustazioni. Questo perché, a livello sensoriale, solo adesso il metodo scientifico sta entrando in campo e quindi fino ad ora tutti potevano dire di tutto e di più. Quando sono condotti seriamente, i concorsi enologici sono di estrema

utilità per il produttore, che riesce a confrontarsi con i suoi competitors. La valenza commerciale invece dipende da quanto gli stessi concorsi sono capaci di promuoversi e fare comunicazione. Il mio auspicio è che si riesca a uniformare il metodo di degustazione, utilizzando sistemi di analisi sensoriale in grado di rendere i risultati degli assaggi replicabili, e quindi più credibili.

Maurizio Ferri
Presidente di F.lli Bolla

I concorsi enologici, se organizzati seriamente, possono giovare al vino in tutti i suoi aspetti: produzione, vendita, immagine. Devono però essere condotti da esperti e le degustazioni devono svolgersi rigorosamente alla cieca, condizione che garantisce l'imparzialità della giuria e di conseguenza il rispetto del prodotto e del produttore.



Gianni Legnani
Responsabile comunicazione e immagine di Berlucchi

Dei concorsi enologici europei più importanti – a mio parere Bruxelles, Verona, Londra, Bordeaux e Vienna – si può valutare la validità su due piani: quello della affidabilità dei giudizi espressi dai giudici e quello dell'utilità dei riconoscimenti per il singolo produttore al quale sono attribuiti. Il concorso è un'opportunità importante per ogni produttore per sottoporre i propri vini o distillati a un confronto alla cieca con i principali concorrenti della propria regione, della nazione, del mondo intero e per valutare le potenzialità di sviluppo sul piano internazionale. Per quanto riguarda, invece, la possibilità di sfruttare sul piano promozionale o nella comunicazione al consumatore i riconoscimenti ottenuti, sono più scettico. La notorietà dei principali concorsi non ha raggiunto, in Italia, il consumatore finale.

Perché i premi influiscano sulle decisioni di acquisto, occorrerebbe che la notorietà del concorso fosse sostenuta dalla comunicazione, dalla conoscenza delle regole e della serietà dei giudici, per raggiungere almeno la fascia dei consumatori più attenti. In Italia questo



non è ancora riuscito a nessun concorso enologico: fin che questo non succederà i concorsi resteranno confinati nel ristretto ambito degli addetti ai lavori.



Lamberto Vallarino Gancia
Presidente di Gancia Spa

I concorsi enologici sono positivi quando hanno una notorietà nazionale e meglio ancora internazionale e quando sono gestiti da professionisti del settore e opinion-makers. Il prestigio e la rilevanza del risultato raggiunto è proporzionale alla quantità di produttori che partecipano e di campioni di prodotto inviati: maggiore è la partecipazione, maggiore è il prestigio se si ottengono buone valutazioni. I concorsi enologici aiutano soprattutto ad aumentare la notorietà e la credibilità della cantina e del prodotto che ottiene i riconoscimenti, ma per vendere di più bisogna anche e soprattutto attivare le reti di vendita e degli importatori. I concorsi aiutano ad orientare uno stile di produzione, soprattutto per i prodotti top di gamma. Ma bisogna anche stare attenti: non si può seguire solo le mode del momento, ma è fondamentale partire dal gusto espresso dei consumatori quando si registrano volumi maggiori nelle vendite. Il miglioramento dei concorsi enologici passa attraverso il panel che forma gli assaggi, chi li dirige, il luogo in cui si svolgono, i produttori e i prodotti coinvolti e l'internazionalità riconosciuta degli stessi!



Antonio Moretti
Titolare di Tenuta
Sette Ponti ad Arezzo
e Feudo Maccari in Sicilia

Ottenere un buon risultato da un concorso enologico fa piacere a tutti i produttori, ma ancora di più quando il team di degustatori ha una fama riconosciuta a livello internazionale e rappresenta una certa filosofia, capace di guidare il gusto degli appassionati. Tuttavia, è molto difficile percepire l'influenza che un concorso può avere sulle vendite e ancor meno credo sia possibile e opportuno orientare la produzione in base ai risultati ottenuti. I concorsi potrebbero avere una maggiore utilità se stimolassero riflessioni concrete e aiutassero i produttori

a crescere, spiegando i motivi reali per cui un vino ha vinto e un altro no, magari organizzando una tavola rotonda finale dove sono gli stessi degustatori a commentare i risultati, facendo esempi concreti e spiegando bene quali sono i pregi e i difetti di un vino.

Stefano Cinelli Colombini
Titolare della Fattoria
dei Barbi di Montalcino



I concorsi enologici sono positivi perché il confronto con altre produzioni fa sempre bene. Possono contribuire alla diffusione dei vini, ma incidono poco sulla commercializzazione, che resta legata alla competenza della rete vendita e degli importatori. La tipologia della produzione, soprattutto se parliamo di vini che hanno secoli di storia come il Brunello, dovrebbe essere orientata dal territorio e dalla vigna, non dai risultati dei concorsi enologici, che possono lanciare mode e tendenze, ma non bisogna tradire l'identità di un vino, che è sempre data dalla sua storia, dal suo territorio e dalla sua cultura. L'idea stessa di concorso, ovvero di competizione, è ingiusta, non c'è mai un vincitore unico, soprattutto fra vini di stile e provenienza completamente diversi. In realtà i concorsi sono eventi ormai datati e anche poco seguiti dal pubblico, che si affida di più alle guide o alle riviste specializzate.

Giuseppe Tasca d'Almerita
Vicepresidente
di Tasca d'Almerita



Sicuramente i concorsi e soprattutto le guide hanno dato e danno un contributo importante alla diffusione del vino ed a migliorare la dimestichezza del consumatore finale con questo prodotto. I concorsi e le guide possono avere un riscontro commerciale di una certa importanza, soprattutto per aziende emergenti i cui marchi non sono ancora diffusi, anche se il consumatore finale negli ultimi anni è molto più consapevole della soggettività delle valutazioni e tende ad essere indipendente dai giudizi altrui. Ciò è dovuto anche alla abnorme quantità di vini premiati. Sicuramente se si premiassero solo pochi vini per nazione si riuscirebbe a dare più forza comunicativa al concorso ed ai premiati.