vinetur

Un programa de televisión destapa el escándalo del vino barato en un concurso internacional

Una elaborada broma arroja luz sobre los concursos de cata de vinos

jueves 15 de junio de 2023



El sumiller Eric Boschman colaboró con la televisión belga

En un sorprendente giro de los acontecimientos, los jueces de un prestigioso concurso internacional de vinos se quedan estupefactos al verse engañados por una trama meticulosamente planificada por un medio de comunicación. La trama pretendía

demostrar cómo el peor vino posible encontrado en un supermercado podía ganar una medalla de oro en un concurso internacional de renombre.

¿Se ha preguntado alguna vez cómo elige el consumidor medio un vino en un supermercado? Resulta que tener una o varias medallas adornando la botella puede aumentar las ventas hasta un 15%. No es de extrañar que las bodegas se tomen muy en serio los concursos de cata de vinos. Pero, ¿refleja realmente la calidad del vino ganar estas medallas, o son estos concursos meros eventos lucrativos que cobran fuertes sumas a los productores a cambio de la oportunidad de aumentar las ventas? El equipo de "On n'est pas des pigeons", una revista y programa de televisión belgas dedicados a concienciar a los consumidores, decidió averiguarlo inscribiendo el peor vino de supermercado que encontraron en un prestigioso concurso de vinos.

Los organizadores de esta elaborada broma, que llevó meses de planificación, recurrieron a la ayuda de Eric Boschman, mejor sumiller de Bélgica en 1988, para realizar una cata de vinos de supermercado en busca del peor posible. Había muchos vinos de menos de 3 euros para elegir, pero decidieron optar por el más barato y menos apetecible que encontraron: una botella de 2,50 euros. Pero la cosa no acabó ahí. Decidieron cambiar el etiquetado del vino, "disfrazando" la botella como un producto premium llamado 'Chateau Colombier' con una etiqueta más llamativa. Incluso inventaron una historia de fondo para el vino, afirmando que se elaboraba con variedades de uva autóctonas de las Côtes de Sambre y Meuse (Valonia).

"On n'est pas des pigeons" tenía docenas de concursos de vino entre los que elegir, pero se decantó por el Concurso Internacional de Vinos Gilbert & Gaillard, un certamen mundial que, según dicen, concede medallas cada tres meses. Los participantes deben pagar una cuota de inscripción de 50 euros, presentar muestras de vino para su cata y facilitar datos de laboratorio como los niveles de alcohol y azúcar. Este último requisito se elude fácilmente, ya que los organizadores del concurso no realizan sus propios análisis de laboratorio ni verifican los datos facilitados por los productores de vino.

Para aumentar sus posibilidades de obtener una posición favorable en el concurso de vinos, el equipo de On n'est pas des pigeons presentó datos de laboratorio falsos, obtenidos de otro vino de alta calidad. Como se sospechaba, nadie se molestó en

comprobar si los datos eran auténticos.

Finalmente, para darle el empujón extra, se planeó una campaña de marketing. Boschman empezó a alabar públicamente el vino de 2,50 euros como algo realmente excepcional a través de los medios de comunicación, las redes sociales y entre sus colegas sumilleres y profesionales del sector, contando con que muchos de ellos tienden a dejarse influir por sus iguales.

Al final, la broma funcionó a la perfección. El vino barato de 2,50 euros ganó una medalla de oro en el reciente concurso internacional de vinos Gilbert et Gaillard, y los jueces lo describieron como "sedoso, fresco y con un paladar rico y agradable, que exhibe aromas afrutados, francos y agradablemente complejos: un vino muy interesante".

Tras anunciar los resultados, los organizadores también informaron a los ganadores de que podían adquirir 1.000 pegatinas doradas para lucir en las etiquetas de sus vinos por sólo 60 euros.

Recientemente, On n'est pas des pigeons reveló el éxito de su broma, advirtiendo a los consumidores de que "no todas las medallas de oro al vino son iguales. Algunos concursos son más profesionales que otros, mientras que otros se organizan simplemente como un negocio".