

ENTREVISTA

Propósito do sommelier é ser elo entre produção e consumo

Roberto Hunoff

A biomédica Caroline Dani, que tem origem em família de vitivinicultores de Flores da Cunha, cidade onde nasceu e reside, está à frente, desde abril deste ano, da Associação Brasileira de Sommelier (ABS-RS). A entidade tem foco na formação de profissionais para atuar como elo entre produção e consumo, visando difundir conhecimentos para criar novos consumidores e contribuir no desenvolvimento do setor. Em média, forma quatro turmas de sommeliers por ano, duas no formato online e duas presenciais, totalizando em torno de 200 alunos. Também oferece edições de masterclass, módulos temáticos e, recentemente, criou um curso de harmonização.

“O que mais se ouve quando as pessoas nos procuram para fazer o curso é que querem fazer por hobby. Ao final, 80% manifestam interesse em empreender na área, pois descobrem que são muitas as oportunidades”, relata a sommelier.

“As pessoas dizem não gostar de vinho brasileiro porque não o conhecem, porque a nossa qualidade é muito boa. Temos a tarefa de levar o conhecimento para as pessoas e, dessa forma, ampliar o consumo.”

Jornal do Comércio – Como avalia o potencial do mercado nacional para o profissional sommelier?

Caroline Dani – É um mercado muito promissor, porque a atividade vitivinícola no Brasil também é promissora. Mas tem muitos desafios. Um deles é o mercado compreender a importância deste profissional, que atua junto ao consumidor. É preciso sensibilizar o dono da vinícola, do hotel, do restaurante e das demais atividades envolvidas na cadeia que o sommelier auxilia o cliente a entender o porquê de consumir vinhos e ter a melhor experiência. Acredito muito no vinho nacional. A gente tem uma joia na mão, desde que saibamos lidar com isso tudo. Precisamos mudar algumas coisas, inovar em outras. Uma das principais mudanças é a cadeia como um todo entender a importância do sommelier.

JC – Já existe a compreensão da importância do sommelier na cadeia do vinho?

Caroline – Estamos começando a entender. Um avanço é que todo mundo já sabe o que é, mas ainda não tem a ideia consolidada da importância do profissional para a cadeia global. Alguns estabelecimentos têm isso claro, mas falta o entendimento para toda a atividade. Todo mundo



CESAR SILVESTRO/DIVULGAÇÃO/JC

Caroline Dani está à frente da Associação Brasileira de Sommelier

tem ideia de como esse profissional pode ajudar no seu negócio, mas ainda não está convencido de que o investimento necessário se justifica.

JC – De que forma o sommelier contribui na venda de um vinho ou derivados?

Caroline – Ele vai orientar o cliente sobre o vinho mais adequado para o prato que o cliente está escolhendo. A harmonização é fundamental para que a pessoa tenha uma boa experiência e, em nova ida ao restaurante, continue consumindo vinhos. Além disso, o sommelier também tem como atribuição montar a carta de vinhos, adequando ao cardápio do restaurante; fazer uma prospecção no mercado dos produtos mais apropriados e, ainda, cuidar da conservação da bebida de forma que ela não perca a sua qualidade. Além de atuar como consultor, orientando outras empresas envolvidas no segmento. É uma

atividade voltada a ajudar a vender o vinho, mas também de evitar que o estabelecimento tenha prejuízos com escolhas mal feitas. O sommelier tem o papel de traduzir o que o enólogo elaborou para o cliente consumir. O propósito é ser o elo entre a produção e o consumidor.

JC – Ainda há um certo preconceito com o vinho nacional?

Caroline – As pessoas dizem não gostar de vinho brasileiro porque não o conhecem, porque a nossa qualidade, de uma forma geral, é muito boa. Temos a tarefa de levar o conhecimento para as pessoas e, dessa forma, ampliar o consumo. Os espaços vão ser criados na medida em que a gente levar esse conhecimento. Mesmo aqui na região tem gente com pouco conhecimento sobre vinhos. É uma imensidão de oportunidades, mas a gente precisa trabalhar o setor para entender isso. Acho fundamental contar a história do vinho. São mais de 20 mil famílias envolvidas, algumas há mais de um século. A gente precisa aprender a contar melhor esta história, deixar de ter vergonha de mostrar o trabalho. É o caso do vinho de mesa, que é a base da atividade e sustenta a produção de finos. É preciso conhecer as diferentes variedades, reconhecer o setor como um todo e contar esta história.

JC – Qual o perfil do interessado pelo curso da ABS?

Caroline – O que mais se ouve quando as pessoas nos procuram é que querem fazer por hobby. Ao

final do curso, 80% manifestam interesse em empreender na área, pois descobrem que são muitas as oportunidades. Ainda estamos engatinhando nesse processo inicial de convencimento do consumidor. Nos últimos anos, o setor melhorou muito a qualidade do vinho, mas o cliente ainda não tem esta compreensão consolidada. Existe um mercado muito grande a ser explorado e com grande potencial. Precisamos é trabalhar o consumidor e o sommelier tem papel fundamental neste processo.

JC – Como é estruturado o curso de sommelier?

Caroline – A Association de la Sommellerie Internationale, a ASI, com sede na França, chancela uma entidade por país para a realização dos cursos. Aqui é a ABS-Brasil, da qual a ABS-RS é afiliada. Por isso, é a única instituição no Estado que pode chancelar cursos oficiais. Existem outros, mas sem a chancela da ASI. Importante registrar o entendimento da ASI de que o sommelier não é apenas um profissional de vinhos e derivados, mas também de outras bebidas e serviços. Desta forma, o currículo original do curso sofreu mudanças. Agora, também tratamos de outras bebidas como cervejas, destilados e não alcoólicas, além de ênfase maior em serviços e harmonização. O serviço é considerado muito importante neste novo momento da profissão. E temos autonomia de criar outras ferramentas para ampliar os conhecimentos.

JC – A oferta atual de sommeliers profissionais supre a demanda do mercado brasileiro?

Caroline – Já temos um número considerável de pessoas e a busca pelo curso é constante. O primeiro curso foi em 2015 e era anual. Com a pandemia, surgiu a ideia do curso online, que hoje é o carro-chefe. Ele nos possibilita ter alunos em todo o Brasil. Desenvolvemos uma tecnologia que nos permite enviar amostras

fracionadas de vinhos para que os alunos também degustem, além do acesso ao conteúdo teórico. A aula é ministrada ao vivo e fica disponível gravada. Acabou sendo um diferencial e hoje temos uma demanda muito boa de alunos. Em março, formamos o milésimo sommelier. A nível de Brasil, o mercado é muito próspero, porque se vê cada vez mais o surgimento de novas áreas de produção vitivinícola. Vejo uma demanda cada vez maior e, aqui na região, vinícolas estão sendo abertas, bem como novos receptivos.

JC – A profissão já é valorizada financeiramente?

Caroline – No serviço de salão, na ponta, ainda não. Mas existem atividades em que os salários são mais elevados por conta de comissionamento. Vejo como promissora a questão da informação que o profissional tem e pode difundir no mercado por meio de cursos, material informativo e canais de comunicação. De fato, o papel do sommelier é levar esse conhecimento. Neste ponto está a maior valorização. O Brasil tem um consumo per capita de 2,5 l de vinhos; os Estados Unidos, 12 l. Para aumentar este indicador temos de agregar novos consumidores. E isto só vai ocorrer com conhecimento, que passa pelo sommelier. O consumo vai se dar porque o cliente entende do produto. E a continuidade ocorre pela curiosidade em conhecer novos paladares, que é algo que o setor vinícola tem grande capacidade de oferecer pela diversidade de variedades e processos de elaboração. As pessoas se perpetuam no setor pela novidade.

JC – O sommelier pode contribuir na elaboração de um vinho?

Caroline – Sim, o vinicultor precisa entender o que o consumidor quer e, por muito tempo, essa leitura não existiu. A ideia era colocar no mercado o que se achava adequado. É o caso da Austrália, que elaborava vinhos tinto potentes. Hoje, é um dos que mais sofre com queda de consumo.



Acredito muito no vinho nacional. A gente tem uma joia na mão, desde que saibamos lidar com isso tudo.

Eleito o melhor sommelier gaúcho do ano

Bruno Sias Rodrigues venceu a prova final, disputada também por Lucas Manzoni Uliana e Emmanuel Vinícius Franco de Abreu, segundo e terceiro colocados respectivamente. O Concurso de Melhor Sommelier do Rio Grande do Sul é uma iniciativa da ABS-RS, que teve transmissão ao vivo, seguida de masterclass, com acompanhamento de 2,5 mil pessoas. Degustar e reconhecer vinhos às cegas e identificar

líquidos servidos em taças negras faziam parte da prova. Atender a uma mesa, sugerindo aos clientes harmonizações a partir de um menu de cinco passos, sem esquecer de entretê-los com informações sobre os produtos, além de identificar erros em cartas de vinhos com rótulos de diferentes regiões do mundo também. Isso foi antecedido por uma etapa classificatória, com 12 candidatos.