



ProWein 2016: Artículo especial - Noviembre de 2015

El ascenso del sumiller

Como un evento vitivinícola para profesionales del vino ProWein (Feria Internacional de Comercio de Vinos y Espirituosos) ha cobrado un significativo impulso durante los últimos años, en los que la experiencia de la cata a gran escala se ha visto refinada y redefinida. A pesar de que la labor que se ha llevado a cabo entre bastidores no puede sobrevalorarse, el hecho de que siga siendo un evento exclusivo para los profesionales del vino ha contribuido de manera significativa a un alcance que es cada vez mayor.

Mientras que los compradores de vino han sido tanto profesionales como influyentes durante décadas, esta no ha sido la realidad para otro de los grandes constituyentes de ProWein: el sumiller. A día de hoy, el sumiller juega un papel aún más poderoso en la difusión del conocimiento vitivinícola, y se ha convertido en un pilar fundamental para el alcance y el éxito de ProWein.

Los sumilleres no siempre han tenido la influencia y el poder del que disponen hoy en día. En el pasado, a menudo se les concebía como meros jefes de barra, y con razón, había poca ambición profesional y el negocio simplemente no recompensaba a aquellos que destacaban entre el resto. Esto no empezó a cambiar realmente hasta 1980, gracias a un puñado de profesionales como Kevin Zraly en Windows on the World, Daniel Johnnes en el Montrachet y Larry Stone de Charlie Trotter's.

Durante la época dorada de los ochenta, los sumilleres disfrutaban de ventajas distintivas en relación a aquellos que están en las trincheras a día de hoy. Aún había grandes vinos que eran desconocidos, estaban disponibles y a bajo precio, y su público era inculto, ni tan siquiera tenían voluntad de aprender. En este escenario, los hombres —todos eran hombres en aquellos momentos— comenzaron a hacer que

13.-15.03.2016

International Trade Fair for Wines and Spirits

Düsseldorf, Germany

www.prowein.com



Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Joachim Schäfer
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung



sucediera la magia. Los restaurantes comenzaron a ganar fama en base a su lista de vinos al igual que por su comida, y el sumiller, siendo una figura que estaba en escena cada vez con más frecuencia, era el responsable.

Se debe tener en cuenta que 1980 era un momento determinante en el desarrollo de una cultura vitivinícola amplia en los Estados Unidos, gracias a los medios audiovisuales que se centraron en el vino, así como a personas como Robert Parker, quien cambió la forma en la que se realizaba la crítica vitivinícola, haciendo que los buenos vinos fueran más fáciles de encontrar y de entender.

Por supuesto, la gente tomó nota, y los medios de comunicación tradicionales comenzaron a aceptar la idea del vino como parte de la experiencia culinaria. Aunque cabe reconocer que fue cerca de una década después de la apertura del Montrachet, las palabras de Ruth Reichl en el NY Times de julio de 1994 capturan el momento de máxima gloria al burlarse y tentar a los lectores con una prosa como esta:

«¿Le gustaría disfrutar de un poco de vino dulce para acompañar ese foie gras? La lista de vinos ha sido orquestada perfectamente para complementar la comida, y pocos restaurantes pueden medirse con el Montrachet en lo que se refiere al servicio de vinos. Si pide que le sugieran uno de la lista, no solo recibirá una grata elección, sino también le informarán de que la añada del 83 es preferible a la del 85 a causa de que el botrytis, la "podredumbre gris" que dota al Sauternes de su complejidad, era prácticamente inexistente en 1985. Este servicio se ofrece con naturalidad, sin una pizca de pretensión. Y a pesar de que la lista está llena de vinos grandiosos, cuando le pide consejo al sumiller, Daniel Johnnes, recita de forma instantánea una lista de botellas deliciosas y económicas, hablando de ellas con el mismo mimo que si se tratase de "grand crus"».²

Este gran salto hacia la profesionalidad se vio apoyado en gran medida por la Corte de Maestros Sumilleres, un organismo educativo fundado en 1969 con el doble objetivo de promover la profesión e introducir un





riguroso sistema de cata y credenciales que antes no existían. Aunque el programa se llevó a cabo originalmente en el Reino Unido, de los 230 profesionales a los que han obtenido el título de Maestro Sumiller desde su creación, 147 eran de los Estados Unidos,³ un indicativo del valor que tiene el programa aquí en los Estados Unidos y del dinamismo del negocio.

Fue así como la lucha de un pequeño grupo de estudiantes a Maestro Sumiller sirvió para mostrar el funcionamiento interno de la profesión a un público más amplio. *Somm* la película, estrenada en 2012, realiza una crónica sobre las pruebas de los aspirantes a Maestros Sumilleres. La película, aunque tuvo un éxito modesto en taquilla, cosechó buenas críticas de los principales críticos de cine tradicionales, así como un impresionante 77 % en la página web *Rotten Tomatoes*⁴ y cuatro estrellas y media en Amazon⁵, donde la película sigue disponible para su visualización. Era un momento determinante para los sumilleres al conectar con el gran público, tal y como la película *Sideways* hizo una década antes, los críticos de comida en los 90 y la resurrección de la crítica vitivinícola en los años 80. La película sirvió como el ejemplo más reciente de los medios de comunicación tradicionales haciendo del vino algo con lo que identificarse y promoviendo un mayor reconocimiento de lo que significa ser un verdadero profesional del vino.



Aunque los Maestros Sumilleres son escasos, los profesionales del vino abundan, especialmente en ciudades como Nueva York, donde se encuentra tanto la cultura hostelera que desea cultivar ese talento como una comunidad dispuesta a apoyarla. Debatir el estado actual del sumiller con algunos de los mejores profesionales de NY muestra un punto de vista que el cliente final no percibe normalmente. Rajeev Vaidya, Sumiller principal en el restaurante Daniel aquí en Nueva York, fue rápido a la hora de indicar el cambio de sabio especializado a persona influyente de un amplio mercado.

«El papel ha cambiado: de jefe de barra a creador de tendencias y marcas. Ejercemos una enorme influencia sobre el mercado y la popularidad del vino. Hay muchos amantes del vino y coleccionistas

que tienen mi opinión en la más alta consideración y utilizan mis gustos como guías de compra, ¡y eso que nunca han cenado en el restaurante!».

Mientras que antes su influencia se veía limitada a los confines de los comedores, no resulta sorprendente que el alcance de las redes sociales resultara tan beneficioso para amplificar la influencia de los representantes más importantes. Previamente, sus valiosos consejos se dispensaban con atino en la mesa, pero ahora todos podemos sentarnos en esa mesa, y la gente quiere saber de lo que están hablando. Jeffrey Kellogg, Director de Vinos en el restaurante Maialino de Nueva York, observa dicha influencia con regularidad, tal y como comenta:

«Parece que los sumilleres han cambiado las puntuaciones por educar a los invitados sobre los vinos que deben beberse. Antes los sumilleres solían hablar con los invitados que preguntaban sobre vinos porque habían recibido una alta puntuación, ahora me preguntan si tengo cierto vino porque vieron que un sumiller lo subía a Instagram ».

Uno de esos sumilleres podría ser perfectamente Patrick Cappello, Director de Vinos en los restaurantes Pearl and Ash y Rebelle y usuario entusiasta de Instagram, quien lo encuentra *«una forma divertida y creativa de presentar lo que en ocasiones resulta una carrera pretenciosa y basada en alardear»*, o Michael Madrigale, Sumiller Principal en el Bar Boulud, *Épicerie* Boulud y Boulud Sud, quien sube a diario una foto de su gran botella diaria de vino por copas, añadiendo a menudo notas de humor en su publicación para hacer que sea divertido y sin pretensiones, estando accesible para el público en general.

Sin embargo, esta influencia y accesibilidad recién descubiertas conllevan una gran responsabilidad: escribir el siguiente capítulo en la era de los sumilleres. La facultad para recomendar vinos, presentar nuevas regiones al público o centrarse en ciertas fincas encaja perfectamente dentro de las posibilidades actuales, pero si alzamos la vista hacia el futuro, debemos tener en mente las sabias palabras de





13.-15.03.2016

International Trade Fair for Wines and Spirits

Düsseldorf, Germany

www.prowein.com

Pascaline Lepeltier, Sumiller Principal y Directora de Bebidas en Rouge Tomate, en las que da a conocer su opinión sobre la forma en la que los sumilleres, y las sumilleres cada vez con más frecuencia, pueden aprovechar todo su potencial.

«Ahora mismo, a no ser que nos demos cuenta de que podemos formar parte de un movimiento culinario mucho más amplio al mostrar cómo se puede comer y beber de forma diferente mediante el apoyo a una agricultura y a una práctica de la viticultura alternativa a largo plazo, por el futuro del planeta, y al decir que no al insultante marketing, globalización e intruustrialización a las que se ve sometido el producto agrícola, dejarse llevar por los medios es una forma de actuar egocéntrica y corta de miras. Pero si es para utilizar los medios como voz, entonces claro, ¡utilicémoslos!»

Como en todas las profesiones, si no mejoras, pierdes terreno. Los sumilleres se mantienen en la cima mediante la cata de vinos y la confraternización con los productores. Aunque no existe un sustituto a la visita directa a los viñedos, eventos como ProWein ofrecen al profesional del vino una oportunidad de sacar el máximo provecho a tres días de cata.

Con más de 4000 expositores, docenas de seminarios diarios, y la oportunidad de conocer a un mundo de productores de vino, todos bajo el mismo e inmenso techo (de hecho hay varios, pero ya puede hacerse una idea) ProWein es el evento vitivinícola consumado para el profesional del vino, puede catar los vinos de docenas de productores de enormes regiones como un Rioja o Chianti Classico o tomar asiento en catas exhaustivas y extensivas junto con los favoritos de los más devotos como Chateau Musar o Mas de Dumas Gassac. Tal y como hemos aprendido, el trabajo de un sumiller profesional conlleva una labor muy ardua, y experiencias como las visitas a ProWein no son solo parte de su trabajo, también son parte de la recompensa que cualquier sumiller se merece. Su próxima oportunidad es del 13 al 15 de marzo de 2016 en el recinto ferial de Düsseldorf, Alemania.





Gregory Dal Piaz ha estado involucrado en el ámbito vinícola durante tres décadas tanto en restaurantes como en venta al por menor y escritura. Siendo el editor jefe de SimplyBetterWines.com, ha pasado este año 2015 investigando y escribiendo en Chianti un libro que se publicará el próximo año.

- *Ruth Riechl en el New York Times el 29.07.1994*
<http://events.nytimes.com/mem/nycreview.html?res=9C03E0D81739F93AA15754C0A962958260>
- <http://www.mastersommeliers.org/Pages.aspx/Membership>
- <http://www.rottentomatoes.com/m/somm/>
- <https://www.amazon.com/Somm-Ian-Cauble/dp/B00DQM395C/>

Las fotos de prensa del ProWein 2015 pueden encontrarse en nuestra base de datos fotográfica, en "Press Service" en www.prowein.com.

Contacto de prensa:

Messe Düsseldorf GmbH, ProWein Press Service
Christiane Schorn y Brigitte Küppers (asistente)
Tel. +49 (0)211 4560 -598 y -929
SchornC@messe-duesseldorf.de, KueppersB@messe-duesseldorf.de

Información adicional en:

www.prowein.com y en las redes sociales
Facebook: www.facebook.com/ProWein.tradefair
Twitter: <https://twitter.com/ProWein>

