

Dall'avvocatura al vino: Leandro Cunha e la visione manageriale del sommelier

scritto da Stefano Montibeller | 10 Marzo 2026



Dall'avvocatura al vino, Leandro Cunha racconta l'evoluzione del ruolo del sommelier nel fine dining. Tra approccio manageriale, premiumizzazione del calice, valorizzazione dei piccoli produttori e strategie di redditività, emerge una figura strategica capace di trasformare la riduzione dei volumi in opportunità di crescita economica e identitaria.

Abbiamo incontrato **Leandro Cunha**, avvocato e sommelier del ristorante di Eugenio Boer. Brasiliano di nascita ma con radici profondamente italiane, Cunha porta in sala un bagaglio unico: una solida carriera come avvocato internazionalista che oggi si fonde con una profonda competenza enoica. In questa intervista, esploriamo come il **rigore analitico del mondo**

legale possa trasformare la gestione del vino in un asset strategico per la ristorazione d'eccellenza.

Leandro, il tuo percorso professionale è decisamente singolare. In che modo la tua formazione giuridica influenza oggi il tuo approccio come Wine Director e Head Sommelier?

Sin dall'inizio del mio percorso nel mondo del vino, ho scelto di non approcciare questo universo solo attraverso una lente "poetica". Il vino è narrazione, certo, ma per un ristorante è soprattutto **business**. La mia carriera legale mi ha fornito un **approccio analitico e razionale** che applico quotidianamente: dalla negoziazione con i distributori alla gestione del magazzino, fino alla capacità di profilare il cliente in pochi istanti. Le soft skills maturate nell'avvocatura societaria, la capacità di ascolto, la mediazione e la visione strategica a 360 gradi, sono oggi le mie alleate più preziose per garantire la **redditività e il prestigio della nostra cantina**.

Il ruolo del sommelier sta vivendo una profonda trasformazione. Quali sono le competenze oggi imprescindibili per chi vuole eccellere nel fine dining?

Oggi non basta più saper degustare o servire correttamente. Il sommelier contemporaneo deve essere un **manager**. Al [bu:r] mi occupo di tutto il ciclo del vino: dai contatti diretti con i produttori alla gestione finanziaria della carta.

Ma la competenza tecnica, che si acquisisce con lo studio, deve essere accompagnata da un'estrema **umiltà**. L'errore che vedo più spesso è un certo senso di superiorità verso

l'ospite. Al contrario, il sommelier deve essere un "gentiluomo della sala": deve saper ascoltare, intercettare le esigenze del cliente e tradurle in un'esperienza memorabile. Il nostro obiettivo non è vendere una bottiglia, ma vendere un'emozione che generi valore per l'azienda.

La vostra carta vanta circa 500 etichette. Qual è la filosofia che guida la selezione e come si sta evolvendo la domanda dei vostri ospiti?

Abbiamo scelto di dare voce ai **piccoli produttori** e alle eccellenze artigianali, limitando lo spazio alle grandi maison o ai brand più commerciali. La nostra Wine List è un percorso tra territori meno noti e vitigni autoctoni, spesso difficili. Per quanto riguarda la domanda, assistiamo a una decisa **premiumizzazione del consumo**, specialmente tra i Millennials e la Gen Z. Questi clienti bevono meno in termini di volume, ma cercano una qualità molto più alta e una narrazione autentica. Non cercano il "nome in etichetta", ma la **storia dietro il calice**.

A proposito di calici, al [bu:r] avete puntato molto sulla mescita di alto livello. È una scelta dettata da ragioni di mercato o di filosofia di servizio?

Entrambe. La **mescita** è uno strumento formidabile per avvicinare il cliente a vini che magari non avrebbe il coraggio di ordinare in bottiglia. Ho ristrutturato la nostra proposta inserendo etichette prestigiose (come Brunello di grandi annate o Grand Cru francesi) disponibili al calice. Questo ci permette di **alzare il ticket medio pur servendo meno vino**. Se quattro calici ripagano il costo della bottiglia, il resto è puro margine. È una strategia che premia sia il

fatturato sia la soddisfazione dell'ospite, che può così vivere un'esperienza di degustazione dinamica durante tutto il pasto.

Il Wine Pairing è spesso il cuore dell'esperienza gastronomica firmata da Eugenio Boer. Come costruisci l'equilibrio tra i piatti e i tuoi vini?

Il pairing è una sfida costante, specialmente con una cucina complessa come quella dello Chef Boer. Seguo sempre criteri oggettivi: assaggio ogni piatto e cerco il componente che può esaltarsi o trovare equilibrio con il vino. Da due anni ho scelto di proporre **pairing esclusivamente italiani**. È un modo per valorizzare il nostro patrimonio e mostrare, sia agli italiani che agli stranieri, la straordinaria biodiversità della nostra penisola. Lo storytelling qui diventa fondamentale: circa il **50% dei nostri tavoli sceglie il pairing**, segno che l'ospite cerca una guida fidata che lo conduca in un tour sensoriale.

Uno sguardo al futuro del settore: come vedi l'avanzata delle bevande No-Low Alcohol e l'integrazione della mixology nel fine dining?

È un trend innegabile e in forte crescita, soprattutto per la clientela internazionale. Non possiamo ignorare chi cerca un'esperienza di alto livello senza il consumo di alcol. Abbiamo inserito proposte **No-Low Alcohol di qualità** e sviluppato cocktail signature analcolici che utilizzano basi distillate senza alcol. La mixology sta trovando spazio anche nel pairing, ma il vino rimane l'attore protagonista.

La chiave è l'**adattabilità**: un bravo Wine Manager deve saper interpretare i cambiamenti del mercato e offrire soluzioni

prima ancora che il cliente le chieda.

In conclusione, quale consiglio daresti a un giovane che vuole intraprendere la carriera di sommelier oggi?

Studiate la tecnica, perché è la base, ma non fermatevi lì. Sviluppate il **carisma e la sensibilità umana**. E soprattutto, guardate oltre i confini della sala: studiate il mercato, l'export e le dinamiche del business. Oggi il sommelier è un **asset strategico** che può incidere per oltre il 30% sul fatturato di un ristorante. Siate professionisti completi, curiosi e, soprattutto, pronti a mettervi sempre al servizio dell'ospite con il sorriso.

Punti chiave

1. **Sommelier manager:** Oggi è figura strategica con competenze gestionali e finanziarie.
2. **Premiumizzazione:** Meno volumi, più qualità e ticket medio più alto.
3. **Mescita evoluta:** Calici prestigiosi aumentano margini e accessibilità.
4. **Pairing italiano:** Valorizzazione biodiversità e storytelling territoriale.
5. **No-Low Alcohol:** Adattabilità ai nuovi trend internazionali.