

Hostaria 2025, bilancio da record per l'edizione più internazionale di sempre

Martina Danieli [20.10.2025 - 20:26](#)



Il cortile del Mercato Vecchio a Verona gremito di persone durante una delle serate-evento di HOSTARIA

Play

Profumo di vino, musica nelle piazze e lingue di mezzo mondo tra un calice e una risata: così Verona ha vissuto il weekend di **Hostaria 2025**, l'osteria a cielo aperto più grande d'Italia. Si è chiusa ieri un'edizione da **26mila visitatori**, la più internazionale di sempre, con turisti da **Germania, Irlanda, Francia, Spagna e**

Stati Uniti.

Tre giorni di degustazioni e cultura

In tre giorni sono stati serviti **oltre 300mila assaggi** e presentate **più di 350 etichette** tra cantine e Consorzi. Gli **oltre 60 eventi collaterali** hanno animato piazze e cortili con incontri culturali, degustazioni guidate e laboratori esperienziali. Nella mattina di sabato si è tenuto anche un importante appuntamento per il settore vitivinicolo: il **forum TechNext25 by Vinext SpA**, dedicato all'innovazione "dal campo alla piazza". Tutto esaurito i laboratori **Speak & Spritz**, dove il vino ha incontrato la creatività manuale, e le attività del **Monte Veronese Village**, con **oltre 500 bambini** impegnati in "Un'ora da casaro" guidati dagli esperti del Consorzio DOP.

Eventi, musica e protagonisti

Tra i momenti più seguiti, la **dedica a Rino Tommasi**, l'incontro con **Omar Pedrini** tra rock e spiritualità, la presenza della **squadra del Rana Verona Volley** a lezione di dialetto veronese e i **venti concerti live** che hanno fatto risuonare musica in tutto il centro, dalla Bra ai Giardini del Folks.

Le novità più amate

Molto apprezzate le nuove proposte: la "**Via del Miele**" in via Roma, dove l'**idromele** ha conquistato curiosi e intenditori grazie all'Associazione Regionale Apicoltori del Veneto, e la **Loggia dell'Olio del Garda**, con workshop e masterclass promossi dal **Consorzio Olio Garda DOP**, che hanno registrato **oltre mille presenze**.

Successo anche sui social

Hostaria si conferma un fenomeno social: **700mila visualizzazioni**, **80mila account raggiunti** e un pubblico sempre più giovane, concentrato nella fascia **25-44 anni**. «Hostaria non è solo vino ma cultura, incontro e convivialità – ha sottolineato **Alessandro Medici**, presidente dell'associazione culturale Hostaria –. Questa energia ci spinge a crescere ancora. Verona ha dimostrato di saper brindare al mondo».

La voce dei visitatori

Abbiamo raccolto dalla piazza – per *La Piazza* – anche le recensioni più temute: quelle dei visitatori. Un gruppo di affezionati, all'angolo degli arrostiticini, racconta: “Veniamo ogni anno, siamo della zona del Lago. Ci piace bere bene, non possiamo non sentirci a casa. Le indicazioni sono sempre chiare e il format semplice. Il percorso tra gli stand valorizza anche le bellezze del centro storico”. Alla domanda se i chioschi e i banner possano disturbare, rispondono: “Assolutamente no, sono stati dislocati bene e armonizzati con la città. E poi vediamo tanti turisti che arrivano per caso agli stand e subito vogliono acquistare il kit”.

L'atmosfera in città

Era questo il clima di **Verona baciata dal sole**, con appassionati di vino, esperti del settore, ma anche turisti italiani e stranieri che, visitando la città, hanno approfittato del festival per dare un tocco di “bollicina” al loro weekend.

Gli esercenti promuovono l'evento

E gli esercenti del centro? Tutto sommato soddisfatti. La titolare di una storica gelateria tra via Cappello e piazza Erbe commenta: “La manifestazione non ci dà fastidio, anzi. Sono gli ultimi weekend dell’ottobrata e il tempo è stato splendido. C’è tanta gente, anche da fuori provincia attirata proprio da Hostaria. Direi che sono più i turisti da fuori che i veronesi. Gli stand sono stati posizionati con intelligenza e non intralciano le nostre attività”. Hostaria 2025 approvata, dunque, anche dalla “concorrenza”.

Prezzi e formula delle degustazioni

Prezzi accessibili e formule chiare: il pacchetto degustazione da **8 calici + 2 chicche** costava **23 euro**, mentre l’offerta “smart” (4 bicchieri + 1 token chicca) **14 euro**. In entrambi i casi incluso l’ormai iconico **calice in tritan**, diventato souvenir da collezione. I **token speciali blu**, due per persona, davano accesso ad assaggi “deluxe” in tre aree dedicate rispettivamente al **Soave**, ai vini di **otto consorzi della provincia** e alla nuova **Osteria di Hostaria**, con **90 bottiglie** pronte alla mescita.

Un viaggio sensoriale con i sommelier FISAR

Tra i protagonisti indiscussi della kermesse, i sommelier della FISAR hanno guidato i visitatori in un viaggio sensoriale attraverso vitigni e territori. Con eleganza e passione, hanno spiegato come riconoscere le sfumature di un Amarone o la freschezza di un Lugana, svelando piccoli segreti per degustare con consapevolezza.

“Abbiamo un pubblico davvero vario: c’è chi sta studiando da sommelier ed è più attento e c’è chi invece in totale relax arriva e ti chiede ‘dammi una bolla’” ci dice una sommelier FISAR in grembiule nero e spilla d’ordinanza mentre mesce sotto la

Loggia di Fra Giocondo, prospiciente piazza Dante, presidio del Soave e del Durello. “Chi ci chiede informazioni vuole davvero sapere tutto e ci mette giustamente alla prova. Mi capita spesso di spiegare la differenza tra metodo classico e metodo Charmat, un concetto che ancora non è stato pienamente acquisito dal nostro pubblico; pian piano cominciano a cogliere le differenze anche i non esperti”. Il metodo classico, per intendersi, è quello dello Champagne o del Franciacorta, che prevede la rifermentazione del vino direttamente in bottiglia, mentre vini come il Prosecco, il Lambrusco o l’Asti prevedono una rifermentazione in autoclave, secondo il metodo Martinotti-Charmat.

Chiediamo se anche per questa edizione di Hostaria 2025 il grande pubblico continui a chiedere la bollicina, come da trend topic. E scopriamo una controtendenza: “In realtà sai, spesso mi è capitato in questi giorni che mi dicessero esplicitamente ‘no, no, la bolla no, lo voglio fermo’”. Hostaria è anche questo: scoprire che la moda è già cambiata e i gusti del pubblico sono già un passo più in là, oltre il luogo comune. Senza neanche il tempo di dire cin-cin.