

Pasqua vini sceglie ancora Verona: è sponsor dell'Estate Teatrale 2026

scritto da Redazione Wine Meridian | 18 Marzo 2026



Pasqua Vini consolida il suo legame con Verona diventando sponsor dell'Estate Teatrale 2026 del suggestivo Teatro Romano. Tra mecenatismo culturale e innovazione enologica, la cantina presenta in anteprima la quinta edizione di "Hey French", l'iconico blend multivintage che sfida i paradigmi del settore, celebrando l'unione indissolubile tra il linguaggio universale dell'arte e l'eccellenza vitivinicola italiana.

Pasqua Vini annuncia una nuova campagna di **mecenatismo culturale** con risonanza internazionale, dedicata al Teatro Romano di Verona. La cantina rafforza così il proprio impegno a sostegno dell'arte e della cultura, concentrando nuovi

investimenti sulla città.

L'azienda sarà infatti tra gli **sponsor della prossima Estate Teatrale Veronese 2026, in programma da giugno a settembre**. Questo impegno si aggiunge al sostegno al [progetto 67 Colonne per l'Arena di Verona](#), iniziativa che dal 2021 supporta le attività artistiche dell'Arena di Verona, di cui Pasqua è parte.

Creatività e innovazione sono valori distintivi per Pasqua Vini. Questa iniziativa fa parte della **strategia di responsabilità sociale dell'azienda**, che a partire dal 2018 ha sostenuto numerosi progetti culturali in Italia e all'estero, con un investimento totale di **circa 7 milioni di euro**.

Nella sua crescita dell'ultimo decennio, la cantina ha messo in dialogo arte, vino e innovazione, spesso attraverso installazioni immersive e multimediali aperte gratuitamente al pubblico. Questi progetti nascono dalla collaborazione con artisti internazionali e trasformano l'esperienza del vino in un racconto condiviso, che coinvolge anche gli spazi della città.

Nel 2024 e 2025 Pasqua Vini ha sostenuto per la prima volta l'arte contemporanea anche all'estero, supportando, alla Saatchi Gallery di Londra, la mostra *Metamorphosis: Innovation in Eco Photography and Film*, e portando l'opera *Senza Tempo* dell'artista Adalberto Lonardi nella celebre galleria. **La sponsorizzazione dell'Estate Teatrale Veronese rappresenta quindi un nuovo passo** per sostenere la creatività e valorizzare alcuni dei luoghi culturali più importanti di Verona.

L'Assessora alla Cultura del Comune di Verona, **Marta Ugolini**, in merito a questa importante collaborazione, dichiara: *"Ho sollecitato la partecipazione di una Famiglia attenta al mondo dell'arte nel sostegno all'Estate Teatrale Veronese perché è una manifestazione storicamente molto cara alla città e ai*

veronesi, un vero e proprio gioiello nel calendario delle attività culturali della nostra città. Ringrazio la famiglia Pasqua per aver accolto il mio invito, con la consapevolezza del valore culturale del progetto.”

A Fabrizio Arcuri, Direttore Artistico della manifestazione, il compito di illustrare il concept della nuova stagione, dal titolo evocativo **(H)Earth of Glass**, che vedrà l'**innovazione** come fil rouge di tutto il cartellone: *“Il centro del Festival sarà l’indagine sulla terra come materia viva e fragile, paesaggio culturale e radice identitaria. Il Teatro Romano è un luogo carico di storia e memoria, e proprio per questo rappresenta lo spazio ideale per sperimentare nuovi linguaggi, forme di racconto e dialoghi tra discipline artistiche. Vogliamo che il festival sia un laboratorio aperto, capace di sorprendere il pubblico e di interrogare il presente, attraverso la ricerca, la creatività e il coraggio di immaginare il futuro della scena”.*

Attraverso il sostegno a iniziative come l'Estate Teatrale Veronese, **Pasqua ribadisce il forte legame tra il mondo del vino e quello dell'arte.** La cantina, infatti, promuove progetti culturali che mettono in luce come, i processi alla base della creazione di un vino richiamino, per molti aspetti, quelli della creazione di un'opera d'arte. Il linguaggio è infatti ciò che vino e arte hanno in comune: libero, universale e capace di superare ogni barriera. Gli investimenti culturali e le opere commissionate a nuovi talenti della performance contemporanea sono diventati uno strumento attraverso cui la cantina comunica al pubblico i propri valori di visione, innovazione e italianità.

Il 2026 prosegue in questo solco. All'inizio dell'anno Pasqua Vini ha lanciato una **open call internazionale che ha raccolto circa 200 candidature di artisti da tutto il mondo** per la realizzazione di una nuova installazione d'arte. L'opera accompagnerà il lancio di un nuovo progetto vinicolo della cantina e saranno entrambi protagonisti della prossima

edizione di Vinitaly firmata Pasqua.

Umberto Pasqua, Presidente di Pasqua Vini, spiega: *“Siamo orgogliosi di affiancare l'Estate Teatrale Veronese al Teatro Romano di Verona, un luogo simbolo della storia e dell'identità della nostra città, che io e la mia famiglia amiamo molto. Attraverso questa collaborazione, confermiamo la volontà della nostra cantina di essere non solo protagonista nel panorama vitivinicolo internazionale, ma anche attore attivo nella crescita culturale del territorio. Come per l'arte, coltivare idee, farle crescere, trasformarle in esperienze è il motore che ci spinge a sperimentare e innovare, per dare voce a nuove visioni e prospettive per il mondo del vino”*.

L'innovazione, elemento chiave del DNA di Pasqua, trova una delle sue espressioni più rappresentative in [**Hey French You Could Have Made It But You Didn't**](#). Il progetto enologico, di cui oggi viene presentata in anteprima alla stampa la **quinta edizione**, incarna il connubio tra vino e arte, ed è diventato una **vera e propria bandiera della libertà creativa della cantina**, che ha fatto della non convenzionalità e della rottura dei paradigmi la propria cifra stilistica.

Fin dalla prima edizione, **Hey French** ha attirato l'attenzione della critica per il suo stile di vinificazione basato sul **blend multivintage**, una tecnica raramente utilizzata in Italia per un vino fermo. Come suggerisce anche il nome provocatorio, il vino non teme il confronto con i grandi maestri dell'assemblaggio francesi, ma anzi, guardandoli con ammirazione, li sfida apertamente.

Anche l'etichetta riflette questo spirito creativo. L'autore è CB HOYO, artista contemporaneo autodidatta nato a L'Avana nel 1995, noto a livello internazionale per un linguaggio artistico che unisce ironia, critica sociale e sperimentazione visiva. Lo stesso artista firma anche **un'opera site specific che sarà esposta dal 1° al 15 aprile sul pannello esterno che**

veste il Teatro Romano di Verona. Con il suo stile diretto e un codice linguistico vicino alla Gen Z, l'opera lancia un invito al pubblico a tornare a teatro, e a vivere nuovamente l'esperienza dello spettacolo dal vivo.

La quinta edizione di *Hey French You Could Have Made It But You Didn't* oggi in anteprima

Hey French è l'espressione più radicale della volontà di sperimentazione di Pasqua. Il progetto, che si presenta oggi con la quinta edizione, ha conquistato, nel tempo, sempre più profondità e solidità. **Nel 2025 l'etichetta ha raddoppiato il proprio fatturato globale tra le Icons della cantina.** A trascinare la crescita di *Hey French* sono stati i mercati strategici per Pasqua come l'Italia, gli USA e il Regno Unito.

Se nell'arte contemporanea linguaggi diversi dialogano per generare visioni nuove, anche *Hey French You Could Have Made It But You Didn't* **nasce dall'incontro di identità differenti che trovano armonia in un equilibrio inedito.** Ogni edizione non è soltanto la fotografia delle caratteristiche dei vigneti di origine in una determinata vendemmia, ma **un'opera "site-specific" che interpreta le straordinarie potenzialità del Monte Calvarina** (con parcelle situate fino a 500 m.s.l.m.), **attraverso lo sguardo distintivo dell'enologo.** Come in una bottega rinascimentale, è l'opera dell'uomo a dare forma alla creazione.

In questa quinta edizione sono **sei le annate selezionate per la loro espressività ed eleganza:** 2020, 2022, 2019, 2018, 2024 e 2015. Se fino al 2019 le varietà venivano vinificate separatamente, **dalla 2019 si sperimenta la tecnica dell'ammestamento congiunto.** La maturazione del vino prosegue poi in legno, in barrique e tonneaux di primo passaggio dalla tostatura media o leggera, per circa 6-8 mesi. L'ulteriore affinamento, fino ad imbottigliamento, continua in vasche di

acciaio. Completate queste fasi, le annate vengono unite nel blend finale. Grazie al lavoro compiuto dall'enologo per individuare il giusto equilibrio nella fase di assemblaggio, il potenziale di longevità di questo vino è notevole.

Hey French You Could Have Made It But You Didn't Edizione V si distingue per un bouquet di frutta esotica che si armonizza con note di camomilla e salvia, mentre i boccioli di rosa trasmettono la sensazione di freschezza. Il palato è complesso, con le note mandorlate tipiche della Garganega e quelle erbacee del Sauvignon Blanc. La mineralità vulcanica induce dunque ad un secondo sorso pieno.

Spiega Riccardo Pasqua, Amministratore Delegato: *“Con la quinta edizione di Hey French compiamo un passo ulteriore nel nostro percorso di innovazione. Le sei annate, che compongono il blend di quest'anno, dialogano tra loro, si completano e si rafforzano, dando vita a un'espressione unica e contemporanea. Questo progetto nasce da un'intuizione coraggiosa, ma ha potuto prendere corpo e forma solo grazie al lavoro quotidiano, attento e appassionato dell'uomo. È la dimostrazione concreta di quanto la visione sia fondamentale, ma di come siano la competenza, la sensibilità e la dedizione a trasformarla in creazione”.*



Punti chiave:

1. **Mecenatismo culturale:** Pasqua Vini conferma il suo impegno a sostegno di Verona come sponsor dell'**Estate Teatrale Veronese 2026**, aggiungendo questo investimento al già consolidato supporto per le "67 Colonne" dell'Arena.
2. **Hey French Edizione V:** presentata in anteprima la quinta edizione del vino icona della cantina, un **blend multivintage** (2015-2024) che esalta la mineralità vulcanica del Monte Calvarina.
3. **Sinergia con l'arte:** la collaborazione con l'artista contemporaneo **CB Hoyo** firma sia l'etichetta del nuovo vino sia un'opera site-specific che vestirà il Teatro Romano ad aprile 2026.
4. **Strategia globale:** con un investimento di **7 milioni di euro** in cultura dal 2018, la cantina utilizza l'arte

contemporanea come strumento di comunicazione internazionale, dai mercati USA al Regno Unito.

5. **Innovazione tecnica:** il processo produttivo si evolve con la tecnica dell'**ammontamento congiunto** e un affinamento studiato tra legno e acciaio per garantire complessità e una notevole longevità.