

Mezzacorona: paradigma di rigenerazione territoriale

scritto da Emanuele Fiorio | 25 Agosto 2025



La "Cittadella del Vino" di Mezzacorona è un esempio virtuoso di come un'area industriale dismessa possa essere trasformata in un centro nevralgico che unisce architettura, sostenibilità e accoglienza. L'intervista a Luca Rigotti, presidente del Gruppo Mezzacorona, svela una visione aziendale profonda che fa della mutualità un valore tangibile, elevando l'enoturismo a perno strategico e trasformando i visitatori in ambasciatori del brand e del territorio. Un modello di successo dove la cura per la comunità e l'ambiente è il motore di un'innovazione che genera valore ben oltre il vigneto.

Come si trasforma un'ex area industriale degradata nel cuore pulsante di un territorio, in un manifesto visivo che dialoga con le montagne circostanti? E come può un'azienda agricola, forte di una storia cooperativa lunga 120 anni, tradurre i

propri valori fondanti in una **strategia di accoglienza e sviluppo** che diventa un punto di riferimento per l'intero sistema turistico? **L'intervista a Luca Rigotti, Presidente del Gruppo Mezzacorona**, non è semplicemente il racconto del successo di un brand, ma il **disvelamento di una visione d'impresa profonda e coerente**, dove l'architettura si fa portavoce dell'identità e la sostenibilità diventa la declinazione moderna e tangibile dello spirito mutualistico.

Dalle parole del Presidente emerge con chiarezza come la **"Cittadella del Vino"** non sia un mero contenitore produttivo, ma un **paradigma di rigenerazione territoriale e un potente strumento di narrazione**. Attraverso il suo racconto, scopriamo come l'**enoturismo**, lungi dall'essere una funzione accessoria, sia stato elevato a **perno strategico**, fondato su un'ospitalità che punta all'empatia e alla personalizzazione per trasformare il visitatore in un vero e proprio ambasciatore. Il percorso delineato da Rigotti lega indissolubilmente la tradizione all'innovazione, la solidità economica alla responsabilità sociale e ambientale, offrendo un **modello in cui la cura per la comunità e per la terra non è un costo, ma il più prezioso degli investimenti per il futuro**. Questa conversazione ci guida, quindi, a comprendere l'anima di un'impresa che ha scelto di essere protagonista del proprio paesaggio, dimostrando con i fatti come la **cultura del vino possa generare valore ben oltre i confini del vigneto**.

L'architettura della "Cittadella del Vino" firmata da Alberto Cecchetto, si integra visivamente in maniera mirabile con il paesaggio trentino. In che modo questo progetto ha modificato la percezione di Mezzacorona da parte del

pubblico?

La “Cittadella del Vino” di Mezzacorona, la nostra attuale sede centrale, è un’opera architettonica di design imponente ed assolutamente originale ed unica, sviluppata per step successivi dagli inizi degli anni Novanta fino al 2010 su un sito che era nel passato occupato da un’industria chimica. Questo complesso realizzato su un’area complessiva di 15 ettari superficiali e con oltre 8 ettari costruiti sottoterra, è diventato uno tra i più importanti progetti realizzati non solo del mondo del vino italiano ma soprattutto è stato un **esempio di vera e propria riorganizzazione urbanistica di un territorio**, il simbolo concreto della forza positiva e rigenerativa della viticoltura che ha saputo non solo rimediare ma rilanciare un’area che era stata degradata dall’industria pesante.

L’architetto Alberto Cecchetto di Venezia, docente a Ca’ Foscari e brillante studioso, ha saputo in maniera sublime e armonica trasferire nella struttura realizzata quella che è la nostra vision come Gruppo Mezzacorona, e cioè **la cooperazione e il protagonismo positivo dei soci-produttori come faro del nostro agire**, il forte radicamento nel territorio e nella comunità, la ricerca dell’integrazione dei vari settori produttivi con le fiere e le occasioni di incontro, ma nello stesso tempo l’essere proiettati verso l’innovazione e l’apertura internazionale come dimostra il fatto che esportiamo in 75 Paesi del mondo. Infatti la “Cittadella del Vino” accoglie ogni anno migliaia di visitatori e un centinaio di eventi, che sono un veicolo di comunicazione e di relazione straordinario. Per Mezzacorona, **la “Cittadella del Vino” è un vero e proprio “manifesto” visivo della nostra identità e della nostra essenza** come Gruppo di produttori cooperativo, con 120 anni di storia e di memoria condivisa della propria comunità di persone, che vuole guardare avanti e dimostrare come l’agricoltura, e la viticoltura in particolare, possa essere una protagonista di futuro.

Dal punto di vista gestionale, che tipo di competenze servono oggi per coordinare un'esperienza che integra architettura, racconto produttivo, sostenibilità e ospitalità?

La nostra esperienza si è affinata nel tempo ed è andata di pari passo con la forte crescita del comparto turistico in Trentino negli ultimi decenni e dell'enoturismo in particolare. Va ricordato che per quanto riguarda il turismo legato alla scoperta dei vini e della viticoltura siamo stati assolutamente dei pionieri negli anni Novanta in Trentino, e abbiamo potuto avviare questa preziosa attività con l'inaugurazione nel 1997 della prima opera interna della "Cittadella", la [Cantina Rotari](#) del nostro Trentodoc. Nel 2000 abbiamo poi inaugurato la Cantina di vinificazione e nel 2004, proprio in coincidenza con il nostro centenario di fondazione, è stato ufficialmente presentato al pubblico il **PalaRotari, lo spettacolare auditorium aziendale da 1.200 posti** a sedere che è diventato negli anni la sala di incontri, eventi e conferenze più importante del Trentino-Alto Adige.

Quindi per noi il fenomeno turistico di proporzioni importanti è iniziato con la "Cittadella del Vino". Prima della realizzazione della "Cittadella" c'era un turismo più tecnico, di esperti e specialisti, che visitavano l'azienda per motivi professionali. Con la "Cittadella del Vino" abbiamo potuto dare il via ad un'attività di ospitalità vera e propria, con una organizzazione specifica ed un reparto molto flessibile in grado di rispondere alle complesse esigenze in termini di tempo ed attenzione ai dettagli. *Rotari Eventi*, il reparto che segue l'intera ospitalità e il rapporto con il pubblico inclusi i punti vendita, è formato da personale con ottime conoscenze linguistiche ed un elevato senso di appartenenza aziendale al fine di trasmettere al meglio non solo il racconto didattico legato alla produzione, ma soprattutto la

filosofia aziendale, la mission ed i valori fondanti, oltre ad uno storytelling territoriale ricco di contenuti.

A differenza di molte aziende che trattano l'enoturismo come una funzione ancillare, Mezzacorona l'ha inserito al centro della strategia. Qual è l'efficacia e l'impatto della attività della "Cittadella del Vino"?

Mezzacorona, grazie alle caratteristiche architettoniche del suo compendio produttivo contraddistinto da eleganza, armonia ed ecosostenibilità è ormai una location qualificante ed un'attrattiva importante nel panorama turistico provinciale. **Anno dopo anno aumenta il numero delle visite effettuate in cantina, circa 550 nel solo 2024 con un incremento annuo del 10% circa ed un totale di 9.500 visitatori.** Come si può capire si tratta di numeri veramente significativi. Aumenta di pari passo anche la qualità del servizio erogato, con fasce di prezzo differenziate coerenti con il target di riferimento. La prenotazione obbligatoria consente, fin dalle prime fasi di contatto con il visitatore, sia questa per mail o telefono, un livello di empatia molto alto che tende a rispondere al meglio alle aspettative riposte. Grazie alla sensibilità e preparazione del personale l'obiettivo che ci si pone è saper gestire sia degustazioni complesse alla scoperta dei vini autoctoni trentini che esperienze nel mondo delle bollicine Trentodoc, in primis ovviamente con i nostri marchi Rotari e AlpeRegis, abbinate a prodotti del territorio, ma anche visite più semplici e didattiche pensate appositamente per famiglie. Non solo enoturismo, quindi, ma anche eno-esperienze consapevoli per i turisti che scelgono il Trentino con motivazioni di viaggio molto differenti.

La capacità di narrazione è infatti un momento elettivo di incontro con i visitatori che si trasformano in ambasciatori

dell'esperienza e ovviamente del brand con un effetto "word of mouth" sempre molto efficace e da non sottovalutare. Strategica e fondamentale è poi la **cura della rete tra gli attori turistici del territorio**, rafforzando l'appartenenza della cantina al portafoglio di esperienze di qualità effettuabili in Trentino. **Mezzacorona è socia da anni di Ingarda, Apt della Val di Non e Apt di Trento** oltre ovviamente alla sua partecipazione attiva nel Consiglio del Consorzio Turistico Piana Rotaliana-Konigsberg consorziato con l'Apt di ambito Dolomiti-Paganella. Numerose risultano poi le **adesioni a manifestazioni turistiche provinciali** tra cui il Trenino dei Castelli oppure la Trentino Guest Card che offre al visitatore strumenti all'avanguardia nella programmazione della vacanza in Trentino, insieme con le positive e sinergiche collaborazioni con il Castello del Buonconsiglio ed altre realtà storico-culturali di grande richiamo del Trentino.

Tutto questo lavoro di comunicazione e di promozione enoculturale con gli ospiti ha fatto sì che negli anni i **brand aziendali abbiano registrato una crescita esponenziale di notorietà ed immagine**, evidenziato anche dalle interazioni sui canali social. In questa sede voglio ricordare che il Gruppo Mezzacorona è stato premiato nel 2024 con la **prima posizione nella classifica delle cantine italiane più social** stilata da Omnicom Pr Media per la quarta volta consecutiva, ed in questo senso il contributo dato dalla bellezza e dal valore simbolico della "Cittadella del Vino" è stato molto importante.

In un contesto come quello del Trentino, dove il turismo è altamente competitivo, che ruolo gioca la "Cittadella del Vino" nel differenziare l'offerta territoriale, soprattutto nel segmento degli eventi e

dei congressi?

La “Cittadella del Vino” è diventata un servizio prezioso per il turismo trentino, perché ha ampliato in maniera speciale la già ottima offerta del territorio e le positive sinergie con gli albergatori e gli operatori del turismo ne sono la dimostrazione. Grazie alla scenografica e affascinante Cantina Storica di Rotari, con una capienza fino a 300 persone, ed al PalaRotari, suggestivo auditorium con ben 1.200 posti a sedere, la “Cittadella del Vino” è a tutti gli effetti una location top e molto richiesta per meeting, conferenze, eventi aziendali, concerti, spettacoli, serate culturali ed assemblee, non solo a livello regionale ma anche promossi da soggetti di zone del Nord Italia. Per dare l’idea dell’impatto numerico di questa attività, **nel solo 2024 si sono tenuti 97 eventi per un totale di presenze di quasi 25.000 persone e questo trend di continua crescita**, iniziato nel 1998 con l’apertura della cantina Rotari e che si è amplificato dopo l’inaugurazione del PalaRotari nel 2004, è la dimostrazione di come strutture di eccellenza e bellezza uniche e l’organizzazione siano elementi fondamentali per dare forza e concretezza al concetto di turismo legato al vino o ai luoghi del vino.

Vincente, oltre all’architettura con i suoi spazi modulabili ed estremamente flessibili, risulta essere la creazione di attività ad hoc legate al mondo del vino: visite esclusive, degustazioni guidate, esperienze immersive che ben si legano alle parti più istituzionali degli incontri. In un contesto, come detto, competitivo, è necessario riscoprire il ruolo di “ospite”, cioè di colui che apre le porte della propria casa, mette a disposizione professionalità ed esperienza per rendere unico l’evento con il duplice obiettivo di soddisfare le aspettative del cliente e allo stesso tempo far percepire al meglio il brand, l’identità, l’anima che inevitabilmente la location comunica. Per questo quindi **l’attenzione ai dettagli deve essere centrale: aree esterne curate, parcheggi comodi ed**

interrati, accessibilità per tutti senza barriere architettoniche, presenza di defibrillatori e personale formato ed in grado di gestire anche inevitabili emergenze ma soprattutto una **comunicazione efficace al visitatore** di dove si trova e di quale realtà sta incontrando anche utilizzando strumenti multimediali particolarmente curati e didattici.

L'accoglienza alla “Cittadella del Vino” è pensata per essere immersiva, educativa ma anche emozionale. Quali aspetti esperienziali reputa oggi fondamentali per coinvolgere davvero il visitatore?

Il visitatore oggi è evoluto ed ha accesso a molte informazioni precedenti all'esperienza. È un visitatore informato, competente e curioso con aspettative alte e spesso precise, corrispondenti al suo diverso livello di conoscenza del mondo del vino. **Ci sono sommelier, degustatori esperti, ma anche alpinisti o bikers** che vogliono scoprire qualcosa in più del territorio, famiglie con bambini attratti dall'architettura, gruppi di turisti esteri diretti a sud che amano fare una sosta culturale ed un brindisi di benvenuto nella “Bella Italia”. Le motivazioni di una visita in cantina sono molteplici e molto variegate e sicuramente non possono essere standardizzate. **Fondamentale è quindi percepire queste sfumature per rendere il più possibile ogni esperienza unica ed appagante** sia per tempistiche che per approfondimenti e complessità di degustazioni. L'empatia e la connessione tra i soggetti fa davvero la differenza.

L'adozione di fonti rinnovabili, la lotta integrata in vigneto, la gestione scrupolosa delle risorse naturali, la

salvaguardia dell'ambiente, la cura e l'attenzione per il territorio, la tutela del lavoro dei soci e dei collaboratori e la valorizzazione delle tipicità locali sono elementi che comunicate apertamente. Come fate in modo che la sostenibilità diventi parte integrante del percorso esperienziale dei visitatori?

La sostenibilità è la nostra anima più profonda, è la declinazione moderna e identitaria negli anni Duemila del concetto di cooperazione e di mutualità condivisa. L'unione e la compattezza dei soci che, come ho già sottolineato, sono state le caratteristiche storicamente peculiari del Gruppo Mezzacorona e della cooperazione in generale, hanno permesso di attuare con successo un **percorso di sostenibilità iniziato oltre 30 anni fa**, portandoci oggi ad avere un valore aggiunto riconosciuto, un plus molto forte spendibile anche sul mercato partendo dal nostro bellissimo territorio collinare e montano, che ha tante caratteristiche uniche e speciali. Abbiamo iniziato, direi in maniera pionieristica, già nei primi anni '90 un percorso importante adottando le più innovative tecniche agronomiche di allora, come la **confusione sessuale**, e da allora siamo stati protagonisti dell'adozione del **Protocollo di Difesa trentino**, che negli anni ha fatto scuola ed è diventato un punto di riferimento nazionale.

Abbiamo attivato nuove sperimentazioni e coinvolto l'Istituto Superiore di Sanità (ISS) che poi è diventato un interlocutore stabile del settore vitivinicolo e del Consorzio Vini del Trentino in particolare, permettendo di rafforzare la politica della sostenibilità di tutto il territorio. Grazie a questa azione e alla sempre più stringente attivazione del Protocollo per la salvaguardia dell'ambiente, siamo stati tra i primi in Italia ad adottare la Certificazione SONPIsu tutta la

produzione dei soci già nel 2016. Contestualmente, abbiamo redatto sempre nel 2016 il primo Bilancio di Sostenibilità, che è a cadenza biennale e che nel 2024 ha visto la quinta edizione, uno strumento cardine che serve per far conoscere a tutti gli stakeholder le misure concrete che stiamo mettendo in campo su questa tematica. Ma non solo, serve anche come metro per capire su quali aspetti siamo cresciuti e in cosa dobbiamo migliorare.

Ormai la sostenibilità non è più un proclama o una moda, il consumatore è sempre più attento al rispetto dell'ambiente attuato lungo tutta la filiera produttiva. Anche a livello europeo ed internazionale si è sviluppata una forte cultura della sostenibilità ed il nostro impegno innovativo in questa direzione è stato premiato. È evidente che bisogna sempre **contenperare i vari livelli della sostenibilità tenendo insieme le esigenze economiche, quelle ambientali, sociali e culturali, è questa la vera sfida del futuro.** Credo che il Gruppo Mezzacorona possa testimoniare con i fatti questi valori grazie ad un percorso coerente lungo 120 anni di storia. Questo percorso importantissimo è spiegato e presentato stabilmente in ogni nostra visita e incontro presso la "Cittadella del Vino", perché oggi insieme con il necessario e ricco racconto del vino e della sua storia, territorialità e particolarità, il visitatore vuole anche conoscere anche come questo vino nasce e quanto esso rispetta quei contenuti etici, sociali e ambientali che sono elemento sensibile per definire l'identità di un'azienda vitivinicola.

Se dovesse descrivere con tre parole l'esperienza ideale che un visitatore dovrebbe portarsi via dopo una visita alla "Cittadella del Vino" di Mezzacorona, quali sceglierebbe e perché?

Direi che mi sembra più efficace **unire alcune parole quasi in**

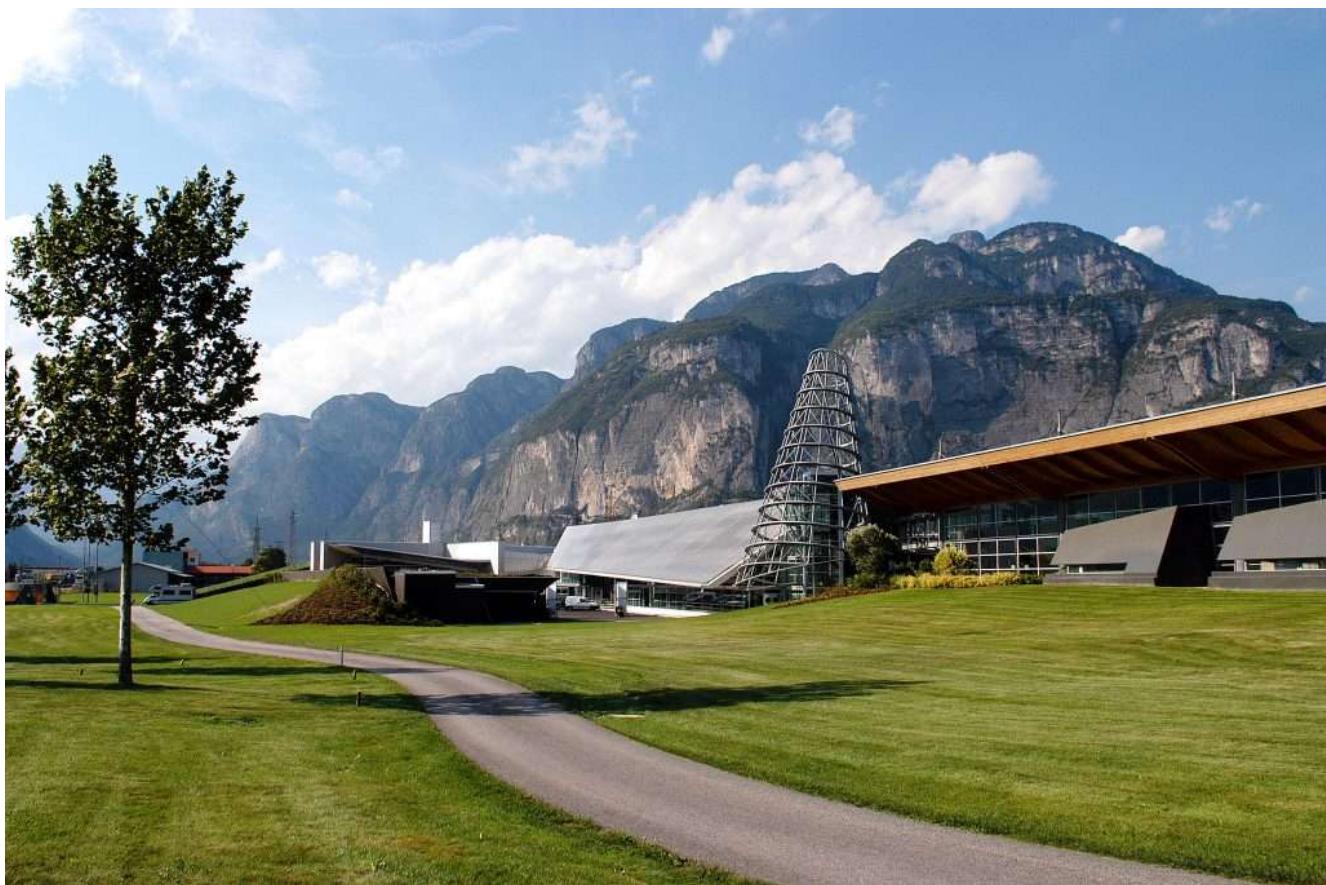
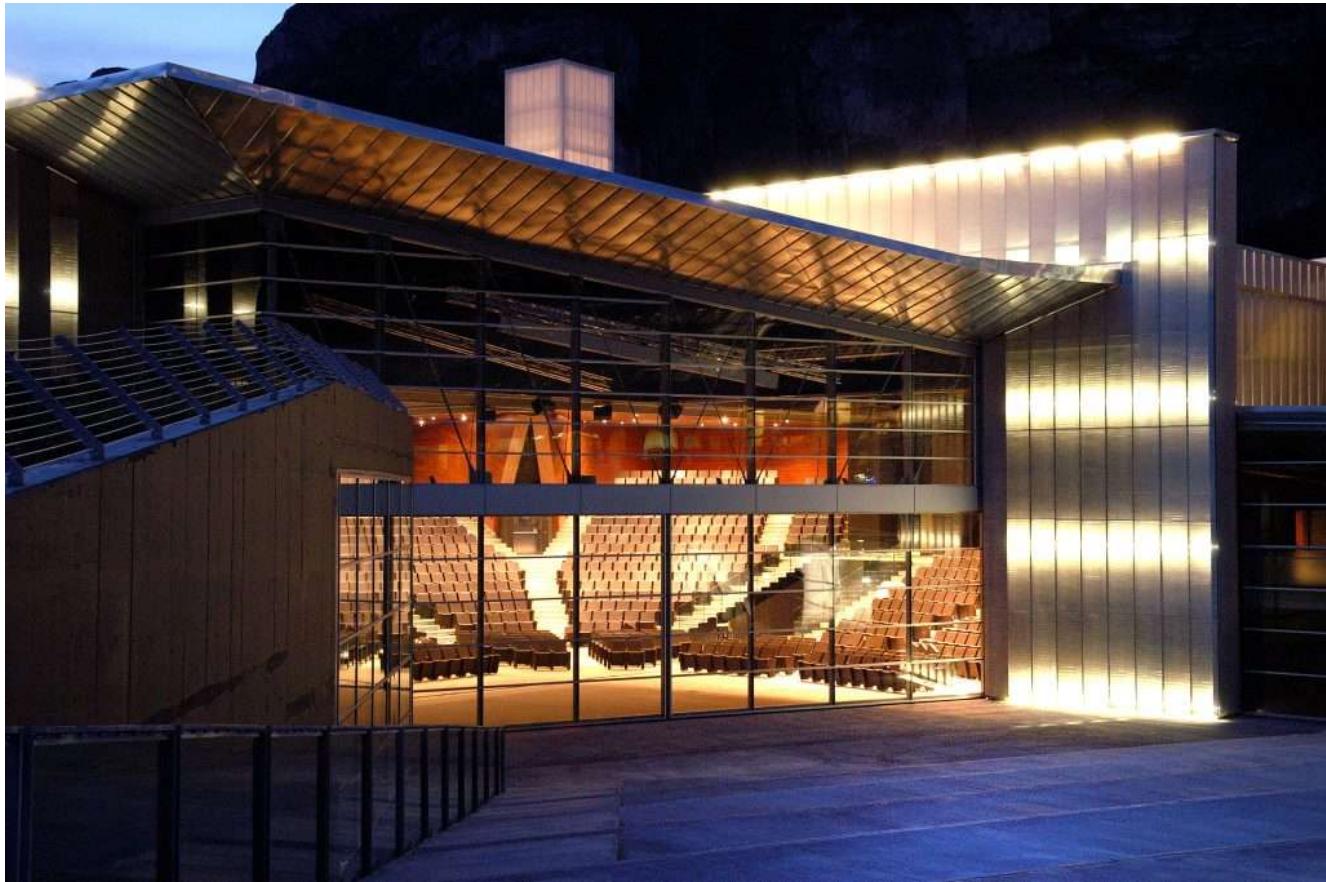
un tema binario:

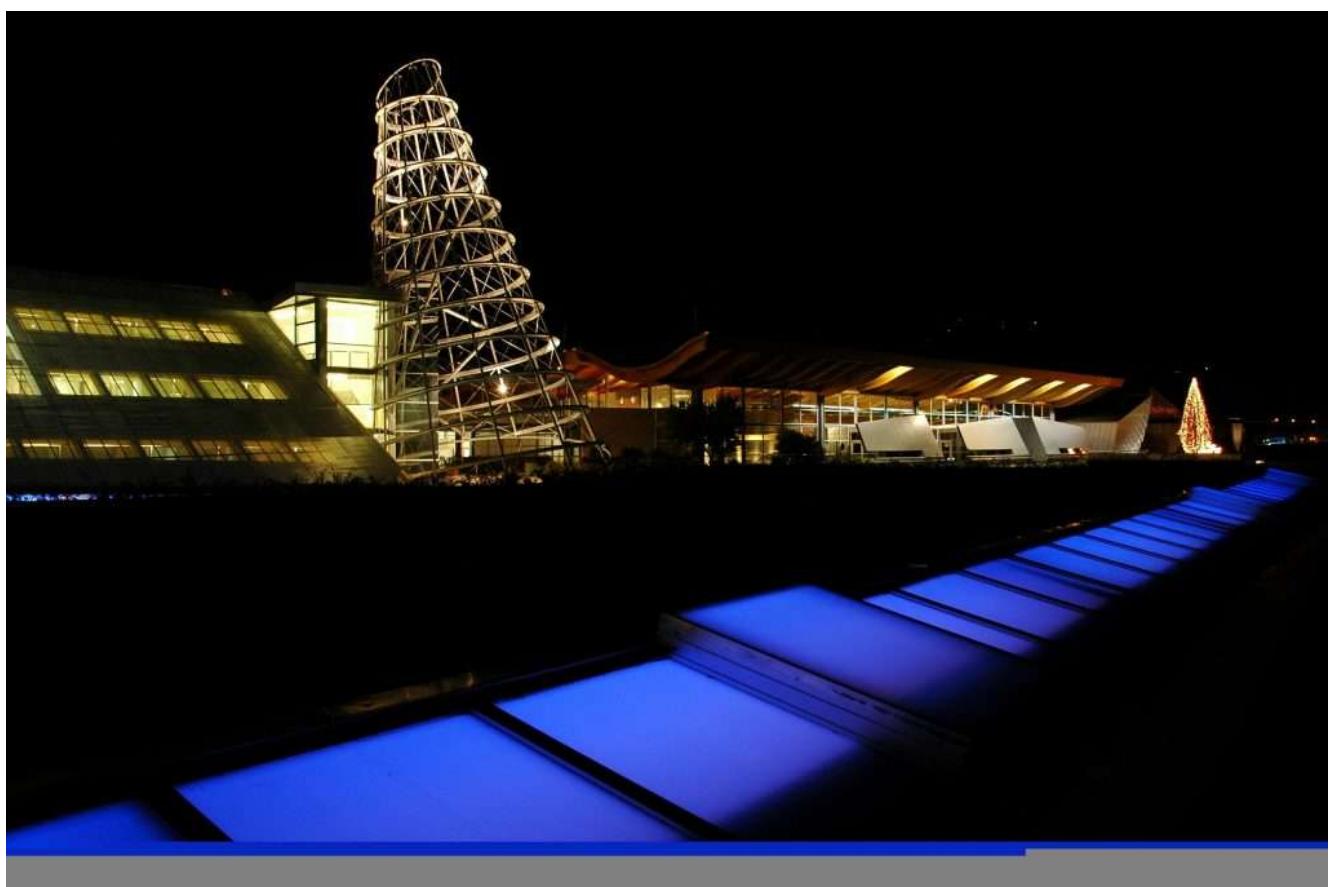
- COOPERAZIONE E SOSTENIBILITÀ (L'unione fa la forza e il come ciò si realizza ne distingue il valore)
- TRADIZIONE E MODERNITÀ INNOVATIVA (Il passato e la storia di 120 anni sono il sostrato culturale e valoriale indispensabile su cui si costruisce il presente ed il futuro, senza radici non c'è identità)
- EMPATIA ED ACCOGLIENZA (La comunicazione è passione e relazione e si apre all'altro in uno scambio virtuoso e ricco di umanità).













Punti Chiave:

- 1. Rigenerazione territoriale e architettura:** La “Cittadella del Vino” è un esempio di successo di riqualificazione urbanistica. L’architettura, firmata da Alberto Cecchetto, integra esteticamente il complesso con il paesaggio circostante e funge da “manifesto visivo” dell’identità aziendale e della sua missione cooperativa.
- 2. Enoturismo come perno strategico:** A differenza di molte aziende che lo considerano un’attività secondaria, Mezzacorona ha elevato l’enoturismo a strategia centrale. L’obiettivo è offrire un’esperienza **personalizzata e empatica** per trasformare ogni visitatore in un ambasciatore del brand e del territorio.

3. **Sostenibilità come valore fondamentale:** La sostenibilità è al cuore della filosofia aziendale, intesa come moderna espressione del concetto di mutualità. La politica di sostenibilità si riflette in pratiche come la **lotta integrata**, le certificazioni (SQNPI) e la pubblicazione di un bilancio di sostenibilità, che vengono comunicate attivamente ai visitatori.
4. **La Cittadella come hub per eventi:** La struttura, con il suo **auditorium PalaRotari** da 1.200 posti e la Cantina Storica, si è affermata come una delle location più importanti per eventi, congressi e manifestazioni nel Trentino, attirando un notevole flusso di persone e diversificando l'offerta turistica regionale.
5. **Esperienza del visitatore e coinvolgimento:** L'accoglienza è pensata per essere **immersiva ed emozionale**, con un'attenzione particolare alla flessibilità e alla personalizzazione. L'obiettivo è superare le aspettative dei visitatori, che sono sempre più informati e con esigenze specifiche, creando una vera e propria connessione.