

VERCELLI (god) Più di 70mila visitatori e cinque milioni di contatti sui social network per "Risò", il Festival Internazionale del Riso che ha consacrato Vercelli come capitale internazionale della risicoltura. Un successo indiscutibile che viaggia parallelo su due fronti: quello istituzionale, con una città e il suo evento ampiamente promossi dalle istituzioni italiane (lo stesso ministro Lollobrigida si è detto entusiasta) ed estere nonché dei buyer istituzionali; e quello turistico e promozionale, moltiplicato esponenzialmente dai contatti online e dalla campagna promozionale alle stazioni di Milano Centrale e Torino Porta Nuova e certificato dall'ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo. Da non dimenticare, poi, la vetrina esclusiva riservata a "Risò" da Italia.it, sito web ufficiale dedicato al turismo nazionale istituito e gestito dall'omonimo Ministero.

Nei numeri dell'edizione zero del Festival, vanno aggiunti gli oltre diecimila partecipanti ai tour organizzati dall'evento nei Borghi delle Vie d'Acqua e nei luoghi tipici della risicoltura vercellese.

Ma al di là di numeri da record, "Risò" lascia un'eredità fondamentale, ovvero la consapevolezza che Vercelli, oltre a saper lavorare tanto e bene, ha anche imparato a promuoversi con classe e misura, cogliendo appieno i gusti del mercato e giocando sui tavoli giusti i suoi assi migliori. Lo ha dimostrato la due giorni di anteprima andata in scena in Camera di Commercio, lo ha certificato il successo dell'evento, cheché ne dicano i soliti detrattori, letteralmente scatenati sui social.

Se l'Italia ha apprezzato Vercelli, l'Europa ne ha fatto addirittura il punto di partenza per la nuova alleanza continentale che disegnerà l'avvenire del riso di qualità: durante il convegno internazionale "The future of EU rice sector: a common strategy", alla presenza dei ministri di Italia, Spagna, Grecia, Portogallo, Francia, Malta, Romania, Bulgaria e Ungheria, è stata annunciata la nascita di "EU-Rice", l'alleanza europea per il futuro del settore del riso, che ha confermato l'Italia leader indiscusso per interpretare al meglio le sfide e cogliere le opportunità che il futuro riserva al comparto risicolo.

«Un'alleanza per contare di più in Europa - ha commentato il ministro dell'Agricoltura, **Francesco Lollobrigida** - per essere più incisivi sulle scelte che riguardano il mondo risicolo, per essere più forti nella protezione dei nostri chicchi. Non vinceremo mai la sfida come maggiori produttori mondiali di riso, ma dobbiamo essere consci e tutelare la leadership nella qualità. A Risò è stata posta la prima pietra per la costruzione di una casa comune del riso europeo. L'evento di Vercelli avrà ricadute positive sull'intero territorio nazionale anche per il fatto di essere stato occasione proficua per concludere affari e stringere alleanze importanti».

«Con Risò, l'Italia, principale produttore europeo di riso, e Vercelli, capitale italiana della risicoltura hanno inventato una formula che ha saputo mettere insieme l'orgoglio di una cultura secolare e del suo territorio con la capacità di attrarre e fare incontrare operatori professionali, produttori, buyer, istituzioni nazionali ed europee. Una formula che già alla prima edizione è stata coronata dall'apprezzamento del pubblico e degli addetti ai lavori, e che a ragione può andare ad aggiungersi ai grandi eventi internazionali che il Piemonte dedica alla cultura del cibo di qualità».



RISÒ DA PRIMATO: «70MILA PRESENZE»

L'organizzazione del Festival Internazionale del Riso dichiara numeri sensazionali per la prima edizione. E i cinque milioni di contatti social dicono che Vercelli sa lavorare bene e tanto e ora sa anche "vendersi"



Soddisfazione ai massimi anche in seno ad Ente Nazionale Risi dove la presidente **Natalia Bobba**, vercellese, non ha nascosto la soddisfazione per la ottima riuscita dell'evento: «Fondamen-



tale, per questi tre giorni in cui il protagonista indiscusso è stato il riso, l'aspetto politico/economico: il ministro Lollobrigida ha guidato i lavori diplomatici per dar vita ad un fronte comune per sostenere,



Da sinistra il ministro Francesco Lollobrigida apre "Risò", Natalia Bobba, presidente di Ente Risi, Qui a lato l'evento EURice con i ministri dei paesi UE che ha ribadito Vercelli capitale del Riso

difendere e valorizzare il riso europeo da concorrenze sleali e invocare il rispetto del diritto di reciprocità nei commerci risicoli extra UE. Un tema, quest'ultimo, che ha caratterizzato anche i "Risò - B2B

Meetings", organizzati alla Borsa Risi da Ceipiemonte in collaborazione con la Camera di commercio Monte Rosa L'Alto Piemonte ed ICE Agenzia. Gli oltre 500 incontri tra 28 buyer internazionali e 50

aziende piemontesi del settore agroalimentare hanno creato opportunità di affari, promuovendo il riso e le eccellenze gastronomiche piemontesi a livello internazionale».

D. G.

VERCELLI (dl1) Nel paesaggio culturale e agricolo d'Italia, eventi che intrecciano tradizione, identità locale e innovazione progettuale assumono un ruolo essenziale per rilanciare la visibilità di territori e dei loro prodotti spesso poco valorizzati. È in questo ambito che si inserisce il Festival Internazionale del Riso di Vercelli e il suo fulcro operativo, il Village di Risò. Niente a che vedere con la classica fiera, è stato piuttosto un'esperienza spaziale tra architettura e agricoltura, 13mila metri quadri in cui nulla è stato lasciato al caso.

A progettare il village l'architetto torinese **Paolo Maldotti** che lo ha concepito non come un semplice spazio espositivo ma come una vera e propria piazza urbana, un luogo di incontro, attrazione e dialogo.

«Piazza Antico Ospedale non è un'area fieristica, per tanto era necessario trasformarla in un luogo riconoscibile, accessibile e capace di diventare centrale per l'evento. Volevamo uno spazio funzionale per espositori e operatori, ma anche accogliente per il pubblico. La distribuzione finale degli spazi ha rispecchiato questa filosofia: padiglioni distinti per le istituzioni, per la filiera e per i produttori, con un percorso lineare dalla mostra "Riflessi di Riso" è stato il punto di snodo per i flussi di visitatori e cuore della narrazione visiva, simbolica e concreta del Festival».

Un aspetto emerso con forza è la cura per l'adattabilità climatica. «Un evento di tre giorni può essere compromesso dalla pioggia - spiega Maldotti - per questo abbiamo ideato padiglioni autonomi, ma collegati da percorsi coperti. Le strutture sono state progettate in modo da aprirsi e chiudersi a seconda delle condizioni atmosferiche».

Non solo copertura fisica,

L'INTERVISTA Il progettista della maxi struttura Paolo Maldotti spiega la genesi del progetto e l'organizzazione degli spazi
Il "Village": 13mila metri quadri all'avanguardia
«Studiato per le persone, gli affari e i rischi meteo»

ma calore, atmosfera: cibo curato, gusto e convivialità. «Il riso non è soltanto materia prima - continua Maldotti - ma diventa piatto, cultura, racconto. Nei padiglioni gastronomici, collegati da percorsi coperti, i visitatori hanno potuto scoprire il riso trasformato in ricetta, attraverso degustazioni». Le degustazioni hanno offerto alle persone non soltanto il prodotto finito, ma l'esperienza, il percorso dal campo al piatto.

Tra le parti più affascinanti del Village quella dedicata ai

mezzi agricoli: un percorso visivo e simbolico che mette a confronto passato e futuro. Trattori storici di antica generazione accanto alle nuove tecnologie, fino al robot "Mondino", alimentato a energia solare, in grado di riconoscere ed eliminare erbe infestanti senza uso di pesticidi. L'idea iniziale era inserirli all'interno, ma per ragioni di peso e dimensioni (alcune strutture superavano le 80 tonnellate) si è scelto di collocarli all'esterno.

Il Festival non è rimasto

confinato negli spazi del Village. «Il presidente della Provincia, Davide Gilardino, ha voluto che Risò fosse un evento radicato nel territorio - sottolinea Maldotti - e da questa volontà sono nati i tour nelle Grange, le Riso Nights e le iniziative nei borghi». È stato un "fuori salone" che ha animato Vercelli e le comunità circostanti, coinvolgendo non solo produttori, ma gli abitanti, le tradizioni, il paesaggio, la memoria collettiva.

L. D. L'architetto torinese Paolo Maldotti

Incantano le terre d'acqua fotografate da Max Giannotta

VERCELLI (de4) Nei giorni di Risò ha avuto molto successo anche una mostra fotografica estemporanea allestita nei dehors del Caffè "Sant'Andrea" di via Galileo Ferraris, proprio di fronte alla Biblioteca, e dunque a ridosso del Festival internazionale del Riso, dal fotografo vercellese Max Giannotta.

Un quindicina di foto della terra d'acqua, in piena sintonia appunto con Risò, che hanno catturato l'attenzione e l'ammirazione di centinaia di visitatori, sindaco Scheda compreso. Si trattava di un'accurata selezione di immagini di risaia che Giannotta ha realizzato in un decennio centrando perfettamente lo spirito della nostra terra.

Chiusa la mostra, l'apprezzato fotografo vercellese ha così commentato: «Ringrazio di cuore tutti gli amici e conoscenti che sono passati a vedere le mie foto sul territorio e Dino Pesco della caffetteria S. Andrea per questa opportunità. Vi aspetto alla prossima mostra già in calendario. Vi terrò informati».

Un "Risoff" in più di alto livello qualitativo.

