

Dal successo dei “Risotto days” parte la sfida dei ristoratori: “Così promuoveremo i nostri piatti”

S lastampa.it/vercelli/2026/03/01/news/riso_risotto_piemonte_chicchi_vercelli_gusto-15526723

Roberto Maggio

1 marzo 2026



Come promuovere il riso vercellese fuori dai nostri confini? Con degustazioni alla presenza di produttori, con fiere a cadenza fissa o serate di «full immersion» nell'oro bianco. Suggestioni dei ristoratori che partecipano ai Risotto Days, la manifestazione di Confagricoltura Vercelli e Biella, Fipe e Ascom che promuove, nel weekend, menù speciali a base risotto. Una quarantina di attività della provincia ha aderito alla nuova edizione, che riscuote sempre un grande successo. Segno che la gente, che siano «locals» o visitatori, di risotto non è mai sazia. Ma «fare e non far sapere è come non fare», ha suggerito il presidente della Regione Alberto Cirio durante la visita alla Fiera in Campo, il quale ha spronato i vercellesi ad uscire un po' dal guscio. Cosa fare, invece? Esportarlo, parlarne fuori dai confini, coinvolgere le persone nella scoperta delle ricchezze del territorio.

I Risotto Days e Risò, suggeriscono alcuni titolari, è un buon punto di partenza. «Dovrebbero organizzare più spesso iniziative come queste», racconta Elisabetta Subrito di «Taverna come una volta», che nello speciale menù del weekend propone il risotto con fonduta di toma, crema di radicchio e mandorle tostate. «Vercelli è tra Milano e Torino, e io specialmente la domenica lavoro molto con le persone di passaggio. - continua - Le persone chiedono il risotto, così come chiedono sempre la panissa. Anche nel menù di lavoro, ma non di continuo, propongo il risotto. Stasera (ieri, ndr) siamo pieni, domani invece ospiteremo persone da fuori che non sapevano dell'iniziativa. Partecipiamo anche ai Panissa Days, che forse cadono in un mese più “pieno” rispetto al febbraio dei Risotto Days».

Cosa fare di più per promuovere il re della tavola? «Stiamo valutando una serata di soli risotti - prosegue Subrito -, magari alla presenza dei produttori. Un po' come avviene per le degustazioni dei vini: assaggi mentre il titolare spiega. In passato abbiamo anche provato un menù tutto a base di riso, dall'antipasto al dolce. Noi siamo molto fiscali sui prodotti a chilometro zero, non solo riso ma anche salumi e carni. È anche questo un modo di valorizzare il territorio».

Al ristorante «Dal Piemunteis», il titolare Massimo Mongelli conferma il successo dell'iniziativa: «Abbiamo una lista d'attesa di 30 coperti per questo fine settimana. I Risotto Days piacciono», dice servendo un Carnaroli allo zafferano profumato al gin, limone, mantecato alla toma di Piode. «Quest'anno cercheremo di partecipare a Risò e alla Fattoria in città, valorizzando non solo il riso ma anche altri prodotti piemontesi. Risò - commenta - è stato un ottimo punto di partenza per attirare gente da fuori Vercelli: deve diventare un appuntamento fisso, tutti gli

anni, perché il territorio ha un potenziale enorme. Vercelli si sta creando finalmente una sua immagine. Abbiamo clienti torinesi e milanesi che, attratti dalle fiere del tartufo d'Alba o di Moncalvo, cercano anche il nostro riso. E noi, così come il tartufo, dovremmo esportare il nostro prodotto, oltre che proporlo nei ristoranti. Anche perché piace, ed è un dato di fatto: il mercoledì abbiamo fissa nel menù la panissa, e se ne vanno via 60-70 porzioni. E' l'unico piatto che non cambierò mai».

Fabio Villa, titolare dell'Osteria del vecchio asilo di Tricerro, partecipa ai Risotto Days con un riso Gigante Vercelli al formaggio plaisentif e mostarda di mele biellese, e un budino di riso alla vaniglia con salsa al caramello salato. «C'è ancora tanto lavoro da fare sulla promozione del riso vercellese - spiega -. Lo si può fare inserendo, nel paniere, altre tre-quattro eccellenze del territorio oltre al nostro chicco, che è ovviamente il prodotto predominante. Penso ad esempio alle nostre due varietà di fagiolo, di Saluggia e di Villata. Noi aderiamo all'iniziativa perché permette di promuovere il territorio al di là dei nostri confini, ma per farlo conoscere realmente dobbiamo farlo distanti dai nostri luoghi, ad esempio nelle Langhe o Monferrato. Anche perché - sottolinea Villa - inizia ad esserci seriamente un movimento di gente interessata al nostro riso e alle nostre risaie. Bisogna attrarre persone che vengono a mangiare nei nostri ristoranti, e poi provano altro».