



Fondazione per la protezione e la valorizzazione dei prodotti DOP IGP STG

ARTICOLI STAMPA

26 LUGLIO 2019

COMUNICAZIONE MADE IN ITALY PROMOZIONE ORTOFRUTTICOLI E CEREALI RISO



Un hashtag (**#iltuoris**) e un claim (“**Nutri la tua voglia di riso**”): sono le coordinate che guidano la campagna nazionale di informazione e divulgazione dell’**Ente Nazionale Risi** che intende rilanciare il rapporto con il consumatore di riso italiano.

Pochi alimenti sono in grado di passare con facilità e disinvoltura dalla cucina casalinga a quella raffinata dei ristoranti stellati, dallo street food alle appetitose ricette della tradizione, senza mai nulla perdere in gusto e valore nutritivo. Il **riso** è uno di questi, purché italiano, perché buono, **sicuro** e **controllato**.

Questo e molto altro racconta oggi l’Ente Nazionale Risi, con un evento di lancio ospitato dal ristorante Bulk dello chef stellato Giancarlo Morelli per presentare “**Nutri la tua voglia di riso**”, una grande campagna di informazione e divulgazione sui valori di qualità, benessere e genuinità legati al riso italiano, con la partecipazione della cuoca, scrittrice e food blogger Sonia Peronaci e del conduttore televisivo Patrizio Roversi, testimonial per Ente Nazionale Risi.

Il **progetto multicanale e multilivello** messo in campo da Ente Nazionale Risi svilupperà quindi azioni strategiche in diverse direzioni, con l’obiettivo di comunicare una nuova, diffusa, cultura del riso: una massiva campagna online e offline, la produzione di materiali informativi, ricettari e video narrativi, il lancio di un mini sito dedicato, il presidio dei principali mezzi di comunicazione e l’attivazione di collaborazioni con università e autorevoli realtà del mondo dell’alimentazione e della salute. Specifiche azioni verranno inoltre rivolte all’universo scolastico, dalla scuola primaria agli istituti alberghieri, attraverso l’organizzazione di visite guidate interattive e multimediali all’interno del Centro Ricerche sul Riso di Castello D’Agogna (PV) e all’adiacente sala didattica multimediale, di prossima apertura. Infine, una social media strategy dall’alto valore educativo, in grado di sensibilizzare il pubblico sulle qualità del riso in cucina, le sue caratteristiche nutrizionali e i suoi sottoprodotti, vincendo i preconcetti ad esso legati.

Fonte: **Repubblica.it**