

Bobba: “Risò è stato un potente biglietto da visita per il nostro settore”



Settanta, forse ottantamila. Qualcuno azzarda centomila visitatori a Risò, il Festival internazionale del Riso che si è concluso a Vercelli dopo quattro giorni di eventi, iniziati con il taglio del nastro del presidente del Consiglio, Giorgia Meloni. A Natalia Bobba, presidente di Ente Nazionale Risi, chiediamo un giudizio e il bilancio di questa seconda edizione. E soprattutto quali effetti produrrà?

“Il messaggio che arriva – e mi sembra sia passato – è quello di un segnale forte nei confronti della risicoltura e dei suoi problemi. Qualcuno ha insinuato che Risò è stato anche una vetrina politica, ma senza la politica non si sarebbe potuto organizzare un Festival di questo livello né ottenere risultati. La presenza della premier è stata un’attestazione nei confronti della nostra realtà”.

Quali gli effetti positivi?

“Innanzitutto è stato un importante e potente segnale di promozione, un biglietto da visita per il riso italiano. Abbiamo registrato anche interessanti contrattazioni di respiro internazionale, con i buyer arrivati da tutto il mondo. E con gli scambi economici anche tanta curiosità dimostrata dal pubblico che ha affollato gli stand. Uno fra tutti? Quello della Calabria, che ha portato a Vercelli il riso coltivato nella piana di Sibari. Non pochi, anche gli stessi vercellesi, hanno espresso stupore per una realtà non conosciuta. Si è cercato di dare spazio e visibilità non solo alle istituzioni, alle organizzazioni agricole tradizionali, ma soprattutto a dimensioni grandi e piccole: accanto alle grandi riserie note a livello internazionale, c’erano piccoli produttori che hanno potuto presentare le loro eccellenze”.

Al centro di Risò e dei convegni, in tutti gli interventi, a cominciare da quello di Giorgia Meloni, dal ministro Lollobrigida al governatore della Regione Piemonte, Alberto Cirio, protagonista è stato il tema crisi del settore dovuto alla concorrenza. Da Risò quali spiragli e azioni concrete scaturiscono?

“La difesa del riso made in Italy sarà uno degli obiettivi delle istituzioni e del Governo, come è stato ribadito più volte in questi giorni. Il sottosegretario La Pietra si è preso a cuore e si è impegnato per risolvere il problema. Alberto Cirio, nel suo ruolo di responsabile del Comitato europeo delle regioni, sta redigendo il dossier sul riso italiano che presenterà in ottobre a Bruxelles, poi la discussione finale entro dicembre. Contemporaneamente parte una forte campagna promozionale: nelle prossime settimane andrà in onda sulle principali reti televisive uno spot (ripetuto 6-7 volte nell’arco della giornata) realizzato tra le risaie e i corsi d’acqua, testimonial saranno gli atleti di canoa della nazionale azzurra. Noi sappiamo quanto possa valere un messaggio televisivo. Sul fronte estero Matteo Zoppas, presidente di Ice (Istituto Commercio estero), è favorevole a esplorare nuovi mercati: ad esempio Giappone e Messico, Regno Unito (dove peraltro esportiamo già)”.



*Bobba: “Risò è stato un potente biglietto da visita per il nostro settore” added by **Gianfranco Quaglia** on 14 settembre 2026*

View all posts by Gianfranco Quaglia →

© Riproduzione riservata