Riso Scotti lancia sul web il progetto Rice design

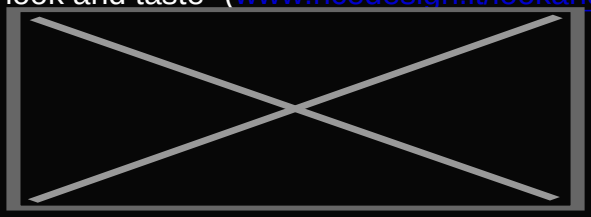
ricedesignit-la-nuova-food-experience-riso-scotti-f8144e88

Riso Scotti lancia Rice Design (http://www.ricedesign.it/), un progetto pensato per internet dove il riso incontra l'arte, la creatività e la passione di quattro talentuose foodblogger - Anna Marconi, Susanna Marchesi, Roberta Restelli e Valentina Prato - chiamate a trasformare le ricette stesse, tutte rigorosamente a base di riso, in vere opere di design. «Abbiamo creato un modo nuovo di approcciare le ricette uscendo dai soliti canoni - afferma Lucia Raina, web profiler di Riso Scotti -. Ciò che appare nel piatto è un'opera di design, bella da vedere, ma anche facile da replicare. E proprio qui risiede l'ulteriore valore del progetto: nella semplicità per tutti coloro che si faranno affascinare dal nostro stile di poter realizzare qualcosa di insolito, buono e capace di farsi ammirare».



Secondo un'innovativa categorizzazione, le ricette vengono suddivise in cinque articolate tipologie. «Abbiamo preferito assumerci il rischio di sacrificare l'immediatezza della comprensione di una parola - aggiunge Lucia Raina -, a favore di un potere evocativo che le squisitezze proposte saranno in grado di suscitare».

Le sezioni individuate descrivono, infatti, un modo di intendere, o ancora meglio di “vivere” il riso, come ben si intuisce dai loro stessi titoli: “Rise Consciousness” (www.ricedesign.it/riceconsciousness), “Rise Fashion” (www.ricedesign.it/riceforfashion), “Rice4kids Bio” (www.ricedesign.it/riceforkidsbio), “look and taste” (www.ricedesign.it/lookandtaste), “Bio Lover” (www.ricedesign.it/biolover).



Rice Design si inserisce coerentemente nel progetto web Riso Scotti, recentemente rivisitato e rinnovato con l’agenzia milanese Tunnel Studios, in base all’obiettivo di raccontare il mondo del riso, utilizzando sistemi interattivi e molto social per rendere sempre più partecipativi gli utenti e allo stesso tempo molto riconoscibile lo stile Riso Scotti. Il sito web si è così trasformato in un brand channel, un incubatore di attività che non rappresenta solo un semplice contenitore di presentazioni di prodotti, ma che diviene un luogo in cui il riso viene raccontato ad un livello più profondo. Dove cioè è possibile interagire, scoprire, conoscere dettagli, ricevere consigli. Un brand channel che in prospettiva avrà il compito di sostenere l’azienda nel suo percorso di internazionalizzazione.