Nuovo packaging per il Riso Gallo Basmati firmato RBA Design

immagine-rba-design-riso-gallo-f5d56d45

RBA Design crea con Riso Gallo i nuovi pack per un posizionamento che valorizza le molte occasioni di consumo del riso Basmati.

Nel corso degli ultimi anni il **riso Basmati** si è **svincolato dal consumo etnico** ed è entrato nel pieno delle abitudini di consumo degli italiani, diventando la seconda varietà più diffusa dopo il Carnaroli e scavalcando persino la qualità Arborio. Un consumo che nasce come **attenzione al benessere e al mangiare sano**, che si è poi esteso entrando nelle abitudini delle famiglie italiane per la preparazione di contorni, insalate e dell'ultima tendenza in cucina, i **poké**.

In quest'ottica e con un occhio di riguardo a un target di consumatori ampio, **RBA Design** ha lavorato con Riso Gallo per **ripensare l'offerta di questo prodotto**, ampliando la gamma con **tre nuove referenze** di Riso Basmati, tutte da agricoltura sostenibile. Un concept che ha teso a enfatizzare le differenze tra i prodotti proposti, pur mantenendo un filo conduttore che parla alle famiglie moderne.

Il Basmati Profumato: il più tradizionale, per chi ama il profumo del Basmati classico, la base ideale per dare un tocco esotico a tutte le ricette. Per questo prodotto è stata scelta un'immagine autorevole, evidenziata dall'uso del colore blu e dall'immagine del prodotto in purezza.

Il Basmati Integrale: dedicato ai salutisti, con un gusto ricco e autentico. Colore marrone e spighe di riso decorano il pack, sottolineando un richiamo alla cucina sana, ripresa anche dalla ricetta proposta nell'immagine.

Il Basmati con Rosso&Nero: per i consumatori più giovani e creativi una miscela adatta ai poké e alle ricette più fantasiose. Un'immagine allegra, vivace, una ricetta colorata e un colore giallo sole a esaltare le caratteristiche di questo prodotto.

I packaging creati da RBA Design esaltano la tipologia di riso proposto dando **grande evidenza al nome Basmati**, ma anche alla sua declinazione specifica. Per questo il lavoro creativo ha privilegiato la scelta di enfatizzare la qualità, dando **valore all’origine di provenienza** himalayana, che sottolinea l’autenticità e la provenienza da agricoltura sostenibile.

Un logo specifico, su fronte del pack, mette in evidenza questo impegno dell’azienda. Il **concetto di sostenibilità** è alla base anche della realizzazione della confezione, eco-compatibile, prodotta in cartoncino certificato FSC e plastica riciclabile.

In evidenza sui pack anche le **informazioni più utili per i consumatori**: il tempo di cottura e la tipologia di preparazioni per le quali il riso è più indicato.

La direzione creativa del progetto è di Simona Anfossi.