

COMUNICAZIONE

Il futuro del riso? All'interno di piatti unici, snack e dolci di riso. Leoni: promozione per conquistare i giovani, nuovi piatti e idee a partire dal packaging

Pubblicato 10 Giugno 2023



Da sinistra Cosimo Finzi, Patrizia Martello, Roberto Magnaghi, Luigi Mirandola, Roberto Venturi, Marina Bassi, Barbara Ganz e Gabriele Ferron.

Share

Share

Tweet

Share

All'interno di piatti unici, snack e dolci di riso. Questo è il futuro del riso per i consumatori italiani, soprattutto tra i giovani che si dicono intenzionati ad incrementare la dieta a base di 'oro bianco'. Consapevoli della sua salubrità ma in attesa di nuove ricette e di ispirazioni per essere 'conquistati'.

A delineare le tendenze future del comparto risicolo, questa mattina, a Isola della Scala (Verona), **'Gli Stati generali del consumo di riso in Italia'**. L'Osservatorio nazionale voluto da **Ente Fiera di Isola della Scala, Consorzio di Tutela della I.G.P. Riso Nano Vialone Veronese** e **Ente Nazionale Risi**, ha presentato una nuova ricerca di mercato, realizzata nell'ultimo mese appositamente per fare il punto sul settore, alla luce del crollo della produzione negli ultimi sei mesi (-17% dovuto anche alla perdita di 26 mila ettari di superficie per siccità e 8 mila ettari per abbandono) e dei consumi (-27% dei trasferimenti). Così come dell'aumento dei prezzi, delle nuove tendenze dei consumatori e delle scelte della grande distribuzione. Un focus che ha riportato l'attenzione sul ruolo delle nuove generazioni e del packaging come strumento di comunicazione.

Da quanto è emerso, risotto e sushi, che dominano il consumo in cucina e fuori casa, hanno già raggiunto il loro apice e sono pronti a lasciare il posto ad altre pietanze come sformati, piatti unici salutarissimi con carboidrati a basso indice glicemico, paella e torte light. Quali le leve da spingere? A fare da driver nella scelta dei consumatori, alle prese tra differenti qualità di prodotto e brand, ci sarebbero: suggerimenti per nuove ricette e informazioni chiare, tra cui la certificazione che attesta l'origine italiana del prodotto. L'attenzione all'etichetta e alla sostenibilità infatti è alta, ma poi, a scaffale, difficile da focalizzare. Gli italiani vogliono essere facilitati, informati e ispirati, si "fidano" del prodotto riso ma vorrebbero vederlo sotto una luce nuova.



Da sinistra Cosimo Finzi, Patrizia Martello, Roberto Magnaghi, Luigi Mirandola, Roberto Venturi, Marina Bassi, Barbara Ganz e Gabriele Ferron.

Numerosi gli spunti emersi per produttori e venditori. L'appuntamento, dedicato agli stakeholder del settore si è tenuto al **Palariso Zanotto di Isola della Scala**.

Protagonisti del talk **Patrizia Martello**, Sociologa dei Consumi e Docente di Ricerca Sociale all'Università di Milano e di Venezia; **Cosimo Finzi**, Direttore AstraRicerche; **Roberto Magnaghi**, Direttore Generale Ente Nazionale Risi; **Marina Bassi**, caporedattrice GdoWeek e MarkUp; **Barbara Ganz**, giornalista Il Sole 24 Ore.

Sono intervenuti anche l'amministratore unico della Fiera di Isola della Scala **Roberto Venturi**, il sindaco di Isola della Scala **Luigi Mirandola**, il vicepresidente del Consorzio per la Tutela del Riso Nano Vialone Veronese **Gabriele Ferron**, il presidente di Ente Nazionale Risi **Paolo Carrà**, il vice presidente della Provincia **David Di Michele**, i consiglieri regionali **Stefano Valdegamberi** e **Alberto Bozza** che ha presentato l'iniziativa di legge regionale per la tutela delle eccellenze enogastronomiche.