

## Dieta dimagrante veloce

Crea un piano di dieta chetogenica basato su IMC, peso, età, attività quotidiana.

Unimeal

Mercoledì 21 Giugno 2023



ADIGE Estero  
Budapest

[Opere](#) | [Testate](#) | [Redazione](#) | [Contatti](#)



[HOME](#) | [Photogallery](#) | [VideoGallery](#) | [Segnalati da voi](#) | [I più visti](#)



-21 Il 23 giugno 2023, nuove emissioni filateliche delle Poste Magistrali del Sovrano Militare Ordine Ospedaliero di San Giovanni di Gerusalemme

ADIGE TV: [Home](#) [Verona Sette News](#)

Ricerca

sul sito

su Google

CERCA

Verona

[Vicenza](#)

[Venezia](#)

[Rovigo](#)

[Treviso](#)

[Padova](#)

[Udine](#)

[Cult](#)

[Pordenone](#)

[In Piazza](#)

[Trieste](#)

[Cagliari](#)

[Obiettivo Territorio](#)

Estero

[Budapest](#)

Info Verona

[Zona Traffico](#)

[Limitato](#)

[Quotidiani](#)

[Numeri Utili](#)

[Meteo a Verona](#)

[Itinerari](#)

[Istituzioni](#)

[Informazioni](#)

[Generali](#)

[Fiere](#)

[Farmacie di Turno](#)

[Curiosità](#)

[Calcio a Verona](#)

[Autoveloce](#)

[Assistenza](#)

[Medica](#)



Lunedì 12 Giugno 2023

### Gli Stati generali del consumo di Riso in Italia. Ente Fiera di Isola della Scala, Consorzio Tutela IGP Riso Nano Vialone Veronese ed Ente Nazionale Risi e il futuro del comparto risicolo.



In piatti unici, i giovani gradiscoo snack e dolci di riso e iconsumatori italiani, volti alla dieta a base di 'oro bianco', consapevoli della sua salubrità e in attesa di nuove ricette... A delineare le tendenze future del comparto risicolo, il 9

giugno, a Isola della Scala, Verona, 'Gli Stati generali del consumo di riso in Italia'. L'Osservatorio nazionale ha presentato una ricerca di mercato, realizzata, per fare il punto sul settore, alla luce a) 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 di terreni –, b) dei consumi (-27% dei trasferimenti), c) dell'aumento dei prezzi, delle nuove tendenze dei consumatori e d) delle scelte della grande distribuzione, non trascurando il packaging, come strumento di comunicazione. Nuova situazione, poi, in tavola: mentre risotto e sushi, hanno già raggiunto il loro apice, trovano posto altre pietanze come sformati, piatti unici salutari, con carboidrati a basso indice glicemico, paella e torte light. 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. L'analisi delle tendenze dei consumi di riso, ha restituito una immagine, di come stiano cambiando gli usi, con una visione, nel medio lungo periodo che può aiutare produttori, distributori e venditori a delineare nuove strategie per sostenere il comparto e rimettere in moto i consumi. Il settore del riso sta vivendo un momento storico, una stagione spartiacque. Anche alla luce delle scelte della GDO, che sta ripensando tutti i suoi assortimenti per creare valore e nuove occasioni 'esperienziali', per superare il limite del prezzo. "Abbiamo fortemente voluto la nascita di questo Osservatorio proprio per dare al comparto risicolo degli strumenti per affrontare le sfide presenti e future – spiega l'amministratore unico di Ente Fiera Isola della Scala, Roberto Venturi –. Stiamo assistendo ad una trasformazione delle abitudini degli italiani ed essere in grado di analizzare annualmente trend e andamenti di mercato significa essere in

LA RIVISTA



VIDEO NEWS





grado di anticipare le scelte dei consumatori. Quindi, non solo risotto, ma altri tipi di utilizzo per il riso, soprattutto guardando a ciò che i giovani amano e consumano quando parliamo di riso”. “Dobbiamo capire, in cosa la nostra filiera deve investire per conquistare soprattutto il mondo dei giovani consumatori di riso sempre più aperti a nuove esperienze, anche nel food. La strada è tutta in salita – interviene Roberto Magnaghi, direttore generale di Ente Nazionale Risi -. Sembra semplice avendo a disposizione un prodotto fatto di storia, di tradizione e salubrità. Ciò, però, non è forse più sufficiente. Dobbiamo allora interrogarci sui gusti, sui desideri, sulle attese di chi consuma riso e in questo senso la ricerca che oggi viene presentata ci fornisce spunti assai rilevanti”. “Il territorio veronese è grande produttore ma è anche terra di tradizioni legate al chicco bianco – afferma il presidente del Consorzio di Tutela della IGP Riso Nano Vialone Veronese, Renato Leoni -. Alla luce del crollo delle vendite e dei consumi, è necessario che i nostri Enti supportino gli imprenditori, offrendo uno sguardo nuovo in grado di cavalcare il cambiamento. Ed è quello che ci dicono anche i numeri, dobbiamo conquistare i giovani, proporre nuovi piatti e idee a partire dal packaging, offrire occasioni di rilancio di un prodotto che non conosce epoche e stagioni. A maggior ragione, questa ricerca è importante perché permette di conoscere e individuare in modo mirato i ‘nuovi’ consumatori e, quindi, di investire con maggiore efficacia nella promozione, in particolare laddove il riso IGP non è ancora conosciuto. Una visione che non si limita alla dimensione locale e nazionale, ma che vuole esplorare nuovi mercati internazionali”.

Il 60% degli italiani dichiara di consumare riso a casa, almeno una volta alla settimana: c'è grande spazio di crescita per questo alimento. La frequenza di consumo tra le mura domestiche è maggiore tra le donne (66% ogni settimana, contro il 54% degli uomini), tra i 25-34enni (69%), nelle famiglie con 4 o più componenti (63%) e cresce lievemente al crescere della classe socio-economica. La passione per il risotto cresce con l'età, così come quella per l'insalata di riso; il sushi è fortissimo tra i 18-34enni (terza modalità di preparazione in questa fascia di età) e il pokè è la quarta voce per i 18-24enni e la quinta per i 25-34enni. Un aspetto positivo è l'elevata varietà di modalità di consumo prese in considerazione dai 25-34enni. E il futuro? A destare particolare interesse nei consumatori sono ripieni, sfornati, al forno (26.8%), torte al riso, dolci di riso (23.9%), piatti unici come paella, tiella riso patate e cozze (23.2%), riso alla cantonese (21.4%), snack salati (arancini/e, supplì 20%) mentre molto limitate sono le possibilità di crescita ulteriore per il risotto (3.2%). Negli ultimi sei mesi il 10.3% degli intervistati ha diminuito il consumo (la metà per motivi economici). Quasi tre italiani su quattro hanno percepito l'aumento dei prezzi del riso. Il futuro sembra comunque roseo: solo il 5% ha affermato di voler ridurre il consumo di riso nei prossimi cinque anni mentre ben il 42.6% ha intenzione di aumentarlo (in particolare si conferma la forza del prodotto tra i 25-34enni). I drivers per incentivare l'acquisto di riso sarebbero: suggerimenti per ricette nuove/originali (52.5% - in particolare per i 45-65enni e per le donne) e l'informazione, la conoscenza di varietà/tipi meno noti ma dal gusto interessante. Ben sette italiani su dieci ritengono importante (58.9%) o determinante (11.0%) la presenza del marchio che certifica l'origine italiana del prodotto. “I consumatori – analizza la sociologa dei consumi Patrizia Martello – chiedono informazione, perché vogliono conoscere di più questo prodotto, vogliono sapere quanto impatta, perché tutte le nostre scelte anche di ciò che mangiamo determinano la nostra impronta ambientale, e soprattutto vogliono essere ispirati per un'esperienza di cibo piacevole e piena di gioia”. “I dati ci dicono che la gente ha intenzione di incrementare l'uso del riso – sottolinea Cosimo Finzi, direttore di AstraRicerche – che c'è una grande differenza tra giovani e meno giovani, nell'approccio al consumo. Il risotto rimane elemento fondamentale, ma è in atto un cambiamento di mentalità nell'uso del riso. Rimane una percezione di elemento di salute e di aspetti di piacere, che dà uno sguardo molto positivo a questa filiera”. In sostanza, il tema “riso” è in forte evoluzione. Non c'è che osservare attentamente quanto sta avvenendo e avverrà, nel breve termine, tanto in fatto di produzione, che di quotazioni e di gusti, nell'attuale era moderna, sperando che si possa tornare in una buona produzione nazionale e che si possa meglio capire, adattandovisi, le preferenze dei consumatori.

Pierantonio Braggio

SEGNALATI DA VOI  
Pearl Jam - Arena,  
Verona 16.9.2006



Inviato da:



[Guarda tutti](#)