



Home / 2025 / Settembre / 15

/ Il riso conquista l'Italia: boom di consumi e nuove sfide di comunicazione

CONSUMI

Il riso conquista l'Italia: boom di consumi e nuove sfide di comunicazione



PRIVACY

Il riso torna protagonista sulle tavole italiane. Lo conferma l'ultima indagine dell'Osservatorio Nazionale sul Consumo di Riso in Italia, voluta da [Ente Nazionale Risi](#), [Ente Fiera di Isola della Scala](#) e [Consorzio di Tutela della I.G.P. Riso Nano Vialone Veronese](#). La ricerca fotografa un comparto in crescita, con consumi in aumento, maggiore attenzione al valore nutrizionale e nuove sfide sul fronte della comunicazione per diffondere la conoscenza della qualità del riso italiano.

Consumi in crescita e nuovi trend

Secondo i dati elaborati da AstraRicerche, nel 2025 la frequenza di consumo del riso è cresciuta del 6,9% rispetto al 2024. Più della metà degli italiani (51,8%) lo porta in tavola almeno una volta alla settimana, mentre il 13,5% lo consuma tre o più volte. Anche fuori casa i consumi aumentano (+2,5%), con un italiano su sei (16,3%) che sceglie piatti a base di riso in ristoranti, trattorie o locali etnici almeno una volta alla settimana. Il trend è particolarmente forte tra i giovani della Gen X, che raggiungono il 22%.

Il riso si conferma trasversale a tutte le fasce d'età e diffuso in ogni area geografica, da Nord a Sud. Cresce anche la percezione della sua importanza nella dieta: +3,7% rispetto al 2024. Il riso è considerato sano dall'81,2% degli intervistati, digeribile dall'84,9%, gustoso dal 76,5% e versatile dal 69,2%, con un aumento di quasi otto punti in un anno.

Un alimento sano, equilibrato e conveniente

L'88% degli italiani riconosce al riso la capacità di creare piatti completi ed equilibrati, se abbinato a proteine, fibre e grassi sani. Non solo alimento salutare, ma anche piacere: il 76,5% lo sceglie per gusto, mentre il 76,9% lo apprezza per il giusto rapporto qualità-prezzo.

Questi tre elementi – benessere, bontà e versatilità – spiegano il successo crescente del riso e la crescita del 2,3% della quota di chi lo considera un alleato per salute e gusto rispetto al 2024.

Leadership italiana e sfida comunicativa

Con coltivazioni concentrate in Piemonte, Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna,

PRIVACY Primo produttore europeo di riso. La leadership si fonda su qualità

certificata, sicurezza alimentare, tracciabilità e sostenibilità. Tuttavia, la ricerca segnala una criticità: molti consumatori non sono consapevoli del primato italiano né del valore internazionale del riso prodotto nel nostro Paese.

La sfida per il futuro sarà dunque raccontare meglio il riso italiano, investendo in comunicazione ed educazione alimentare. L'obiettivo è valorizzare non solo gusto e benefici nutrizionali, ma anche storia, tradizione agricola e certificazioni di qualità.

Un patrimonio del made in Italy agroalimentare

Il riso sta vivendo una nuova stagione positiva. Cresce nei consumi, conquista giovani e famiglie, risponde alla domanda di benessere, gusto e sostenibilità. Con queste caratteristiche, può rafforzare il suo ruolo di simbolo del made in Italy agroalimentare, un patrimonio da riscoprire e promuovere anche a livello internazionale, come approfondito da [Food Affairs](#).



« Giovani, scuola e sport: l'importante ruolo dei salumi per energia, crescita e sostenibilità

I trend di consumo degli italiani di prodotti non alimentari guidati da risparmio e gratificazione »

Related Post

[CONSUMI](#)[TOP NEWS](#)[TREND](#)

Ikea celebra i 40 anni della polpetta e lancia il nuovo falafel nel menù globale



Food Affairs – Via Marconi 30 – 25080 – Manerba del Garda (BS) – è un brand di Pasinetti
Luciana Emma – P IVA: 04348800980 Testata in registrazione al Tribunale di Brescia,
responsabile Luciana Emma Pasinetti | Newsair di Themeansar.

[Chi siamo](#) [Contatti](#) [Pubblicità & partnership](#) [Newsletter](#) [FOOD ESG AFFAIRS](#) [RSS](#)

[Privacy Policy](#)