

MORTARA

Riso, cresce il consumo un'indagine nazionale fa sorridere i produttori

MORTARA

La risicoltura italiana, di cui la Lomellina e il Pavese sono le prime zone in Europa con 80mila ettari, è un settore in piena crescita: più consumi, più attenzione agli aspetti nutrizionali, ma anche tanta strada da fare sul fronte della conoscenza del valore e della qualità del riso italiano.

Sono i risultati dell'ultima indagine dell'Osservatorio nazionale sui consumi di riso in Italia, realizzata da Astra

Ricerche e presentata ieri a Vercelli in occasione della manifestazione "Risò".

Nel 2025 la frequenza di consumo registra +6,9% rispetto al 2024, confermando una tendenza positiva che riguarda sia la cucina domestica sia i pasti fuori casa (+2,5% fuori casa). Oltre la metà degli italiani (51,8%) consuma riso quando mangia a casa almeno una volta la settimana e per il 13,5% il riso è un piatto presente sulla tavola tre o più volte la set-

timana. Un italiano su sei (16,3%) ha l'abitudine di mangiare il riso in ristoranti, osterie, trattorie o locali etnici almeno una volta la settimana: più di tutti, i nati fra il 1965 e il 1980 (22%).

IL SIGNIFICATO DELLA RICERCA

«L'Osservatorio – spiega Natalia Bobba, presidente dell'Ente nazionale risi – è uno strumento indispensabile per comprendere le tendenze di consumo e per analizzare il mercato, in modo da attuare le migliori strategie a favore del settore risicolo. I dati presentati a Vercelli sono utili per piccoli e grandi produttori di riso perché possono indirizzare la tipologia di produzione e di comunicazione sia perché permettono di cogliere anticipatamente le tendenze di consumo. I dati ci dicono che i consumi so-

no in crescita, con un quasi +7%, rispetto all'anno scorso, e che si consuma più riso sia a casa sia al ristorante».

I DATI

Nello specifico, la nuova centralità del riso riguarda il suo essere un alimento considerato sano (81,2%, +3,7% rispetto al 2024), digeribile (84,9%), gustoso (76,5%, +2,0%), versatile per ricette varie (69,2%, +7,8%), benefico per la salute, parte della tradizione italiana e dal giusto rapporto qualità-prezzo (76,9%).

La grandissima maggioranza dei consumatori lo mangia perché è un alimento sano (81,2%), ma anche perché è un piacere (76,5%): valutazioni in crescita rispetto alla rilevazione del 2024 (+3,7% e +2%). —

UMBERTO DE AGOSTINO