



Poliedrico Magazine, 16 settembre 2025 <https://www.poliedricomagazine.it/il-riso-conquista-italia/>



Il riso conquista l'Italia

Boom di consumi e nuove sfide di comunicazione

Emerge dalla recente indagine dell'Osservatorio Nazionale sul Consumo del Riso in Italia

Fa bene, è buono, è nostro: il riso torna protagonista sulle tavole italiane. È quanto emerge dall'ultima indagine dell'**Osservatorio Nazionale sul Consumo di Riso in Italia**, che fotografa un settore in piena crescita: più consumi, più attenzione agli aspetti nutrizionali, ma anche tanta strada ancora da fare sul fronte della conoscenza del valore e della qualità del riso italiano. La ricerca è nata da un'intuizione di **Ente Fiera di Isola della Scala** e del **Consorzio di Tutela della I.G.P. Riso Nano Vialone Veronese** e supportata, fin dalla prima edizione, da **Ente Nazionale Risi**.

Alla conferenza stampa di presentazione dei dati dell'indagine, realizzata da AstraRicerche nell'agosto 2025, hanno partecipato **Natalia Bobba** presidente di Ente Nazionale Risi con il direttore **Roberto Magnaghi**, il presidente di Ente Fiera di Isola della Scala **Roberto Venturi** e il sindaco di Isola della Scala **Luigi Mirandola**. Interviene **Simona Mastrantuono**, senior market researcher di AstraRicerche.

Gli italiani **mangiano più riso**. Nel 2025 la frequenza di consumo registra un +6,9% rispetto al 2024, confermando un trend positivo che riguarda sia la **cucina domestica** che i pasti **fuori casa** (+2,5% i consumi fuori casa). Oltre la metà dei nostri connazionali (51,8%) consuma, infatti, il riso quando mangia a casa almeno una volta alla settimana e per il 13,5% è un piatto presente sulla propria tavola 3 o più volte alla settimana. Un italiano su 6 (16,3%) ha l'abitudine di mangiare il riso in ristoranti, osterie/trattorie, locali etnici come giapponese, cinese, etc. almeno una volta alla settimana: più di tutti i giovani della Gen X (22%).

"L'Osservatorio nazionale sui consumi di riso in Italia evidenzia che oltre il 16% degli italiani, e quasi il 25% dei giovani, ha l'abitudine di consumarlo nei ristoranti e fuori casa, con la particolarità di gustare il riso, cucinato in modo alternativo rispetto alla tradizione – sottolinea il presidente della fiera di Isola della Scala **Roberto Venturi** -. Questa indicazione conferma l'intuizione già intercettata dalla Fiera del Riso di Isola della Scala, come laboratorio di innovazione, che propone non solo i piatti della tradizione, ma nuove interpretazioni del riso e dei suoi consumi. Ma la sfida non è solo mantenere la crescita dei consumi che conta un + 7% sull'anno scorso, ma raccontare in modo efficace il riso italiano ai consumatori. È proprio questa la mission della Fiera del Riso di Isola della Scala di Verona, in programma dal 19 settembre al 12 ottobre.

"L'Osservatorio è uno strumento indispensabile, fondamentale per comprendere i trend di consumo e per analizzare il mercato, in modo da attuare le migliori strategie a favore del settore risicolo – spiega la presidente **Natalia Bobba** -. I dati che abbiamo presentato oggi sono utili per i piccoli e grandi produttori di riso: possono indirizzare la tipologia di produzione e di comunicazione perché permettono di cogliere anticipatamente le tendenze di consumo. I dati ci dicono che i consumi sono in crescita, con un quasi + 7%, rispetto all'anno scorso, e che si consuma più riso sia a casa, sia al ristorante. Questo perché è migliorata la percezione del nostro straordinario cereale, che i consumatori percepiscono come sano, gustoso, versatile; merito anche delle attività messe in campo da Ente nazionale risi e da manifestazioni come il Festival Risò e la fiera di Isola della Scala".

Un **ritorno di interesse trasversale** a tutte le fasce d'età, compresi i giovani che lo scoprono come piatto sano e veloce, e che si conferma in ogni area geografica del Paese, da Nord a Sud.

Alla domanda sul ruolo del riso nella alimentazione degli italiani, cresce la quota di chi lo considera 'molto' o 'abbastanza' importante: +3,7% rispetto al 2024. Nello specifico, la nuova centralità del riso riguarda il suo essere un **alimento 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 e parte della tradizione italiana e dal **giusto rapporto qualità-prezzo** (76,9%).

Non è importante, tuttavia, solo la quantità consumata, ma anche la **qualità della percezione del riso**. Alla domanda sul ruolo del riso nella propria alimentazione, cresce del +3,7% chi lo considera "molto" o "abbastanza" centrale nel proprio stile alimentare. Gli italiani apprezzano sempre di più il profilo nutrizionale del riso. L'88% degli intervistati concorda sul fatto che, se abbinato a proteine animali o vegetali, fibre e grassi sani, il riso può creare piatti completi ed equilibrati, in grado di favorire la sazietà e contribuire a un migliore controllo glicemico. 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 +2,0%.

Un prodotto dal giusto rapporto qualità-prezzo 76,9% e versatile, una 'base' (come la pasta, come la pizza) da cui partire per fare ricette varie, diverse tra loro 69,2% (cresce significativamente rispetto al 2024 sia il riconoscimento del prezzo corretto del riso rispetto al valore attribuitogli +5,5% sia del suo essere un alimento versatile +7,8%).

Un risultato che risponde alla crescente attenzione verso alimenti che aiutino a mantenere un'alimentazione sana senza rinunciare al gusto.

Il **successo** del riso poggia su **tre pilastri: fa bene** e si associa a un'idea di benessere quotidiano; **è buono e versatile**, adatto a piatti tradizionali e a ricette innovative; garantisce un'**alimentazione equilibrata** e nutrizionalmente **valida**. Questi aspetti incentivano un consumo sempre più diffuso e la quota di chi sceglie il riso come alleato di salute e gusto è cresciuta di +2,3% rispetto al 2024.

Il riso è anche un orgoglio nazionale. Con le coltivazioni concentrate soprattutto in Piemonte, Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna, l'Italia è il primo produttore europeo di riso. Una leadership che si fonda su **qualità certificata, sicurezza alimentare, tracciabilità e sostenibilità** della filiera. Eppure, nonostante questa eccellenza, la ricerca segnala un dato sorprendente: la **conoscenza** del riso italiano è ancora **scarsa tra i consumatori**. Molti non sanno che il nostro Paese guida la produzione europea e che il riso italiano è tra i più apprezzati e riconosciuti al mondo, una vera eccellenza internazionale.

Per il futuro, la **sfida** non è solo mantenere la crescita dei consumi, ma **raccontare meglio il riso italiano agli italiani**. Significa investire in comunicazione, educazione alimentare e valorizzazione del prodotto, mettendo al centro dell'informazione la bontà e i benefici nutrizionali, la storia, le tradizioni agricole, le certificazioni di qualità e il valore culturale del riso prodotto in Italia.

Il messaggio che emerge dalla ricerca è chiaro: il riso sta vivendo una nuova, positiva stagione. **Cresce in quantità e qualità della percezione**, conquista **giovani e famiglie**, risponde alle esigenze contemporanee di **gusto, salute e sostenibilità**, e può rappresentare sempre di più ciò che già è, ovvero un simbolo del made in Italy agroalimentare. Un patrimonio da riscoprire e valorizzare, dentro e fuori i confini nazionali.