laPiazzaweb.it
L'informazione locale sempre con te!

VERONA

Verona, Stati generali del consumo di riso in Italia: puntare sui giovani per rilanciare il settore

Si è tenuto questa mattina, 9 giugno, a Isola della Scala il talk degli Stati Generali del Consumo di riso in Italia, con la presentazione della nuova ricerca dedicata alle nuove tendenze e alle opportunità per la filiera del riso.

Talk degli 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 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).

Le **tendenze future** del comparto risicolo delineate questa mattina vanno verso la consumazione da parte dei consumatori italiani all'interno di **piatti unici, snack e dolci di riso.** Soprattutto i **giovani** 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'.

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 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. Gli italiani vogliono essere **facilitati, informati e ispirati**, si 'fidano' del prodotto riso ma vorrebbero vederlo sotto una luce nuova.

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

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

"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 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 -. *Sembrerebbe 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".*

L'analisi del consumo di riso in Italia 2023: un po' di dati

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 poké 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, sformati, 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 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 **CosimoFinzi**, 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".*

0