

04 SETTEMBRE 2023 [Economia e politica](#)

## Riso, tanto amato... Ma cosa vogliono i consumatori?

Più benessere, informazioni sulle varietà e Tea: la ricetta vincente per il mercato. Se n'è discusso agli Stati Generali del Consumo di Riso in Italia



La filiera risicola si è incontrata al Centro Ricerche sul Riso di Castello d'Agogna (Pv) lo scorso 30 agosto per gli Stati Generali del Consumo di Riso - Fonte foto: Ente Nazionale Risi

Il **riso** piace agli italiani e molto, ma si deve comunicare meglio:

i **consumatori** chiedono **ricette** facili e veloci, più informazioni sul benessere e sulle **varietà di riso** meno note. Risotti e insalate di riso vanno per la maggiore e i giovani vanno matti per il **sushi**. Un comparto solido che deve però rimanere al passo sia nel rapporto con il giovane consumatore, sia nelle opportunità offerte dalla ricerca scientifica e dalle **Tea**, Tecniche di Evoluzione Assistita.

È quanto emerge dalla ricerca voluta e sostenuta da **Ente Nazionale Risi**, insieme a **Ente Fiera di Isola della Scala** e **Consorzio di Tutela della Igp Riso Nano Vialone Veronese**, e presentata lo scorso 30 agosto, al Centro Ricerche sul Riso di Castello d'Agogna (Pv) nell'ambito degli [Stati Generali del Consumo di Riso in Italia](#).

*"Questo talk, che porta i contenuti degli Stati Generali del Riso - ha sottolineato **Paolo Carrà**, presidente Ente Nazionale Risi -, è occasione per comprendere le attuali dinamiche e le richieste dei consumatori, intercettare i **trend** per i produttori del riso. Allo stesso tempo, questo approccio, ci permette di pensare al futuro in modo strategico e consapevole".*

L'evento ha visto rappresentanti di tutta la filiera confrontarsi sulle abitudini alimentari e sulle nuove frontiere di ricerca tecnologica con un focus in particolare sulle **Tea**. *"Sono le esigenze del consumatore a orientare il nostro lavoro - ha commentato **Roberto Magnaghi**, direttore generale Ente Nazionale Risi e moderatore del talk -. Come sempre la conoscenza e il sapere risultano vincenti; ricerca e sviluppo sono fondamentali per progettare e sostenere il futuro di questo comparto importante a livello nazionale".*

[Leggi anche Riso, il futuro passa da tecnologia e ricerca](#)

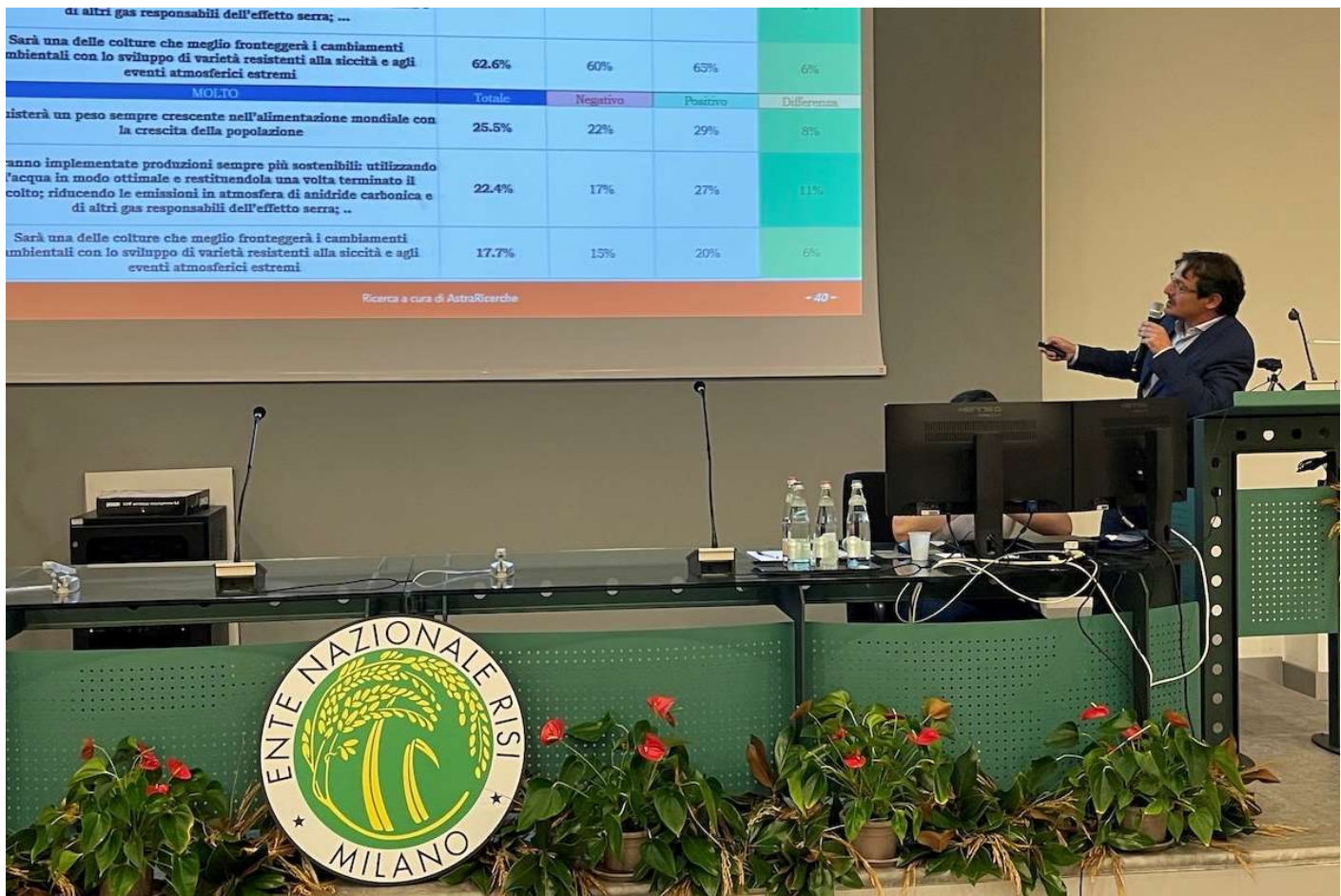
---

## **Il consumo di riso in Italia: i risultati della ricerca**

Ad aprire i lavori, l'intervento di **Cosimo Finzi**, direttore AstraRicerche, e **Patrizia Martello**, sociologa dei Consumi e docente di Ricerca Sociale all'Università di Milano e Venezia, che hanno presentato i risultati della ricerca sul **consumo di riso** in Italia.

*"La ricerca presentata mostra che il riso è un alimento **amato dagli italiani** - ha spiegato Cosimo Finzi -. Il **60%** lo consuma almeno una volta alla settimana a casa, ma l'analisi sottolinea anche che ci sono spazi di crescita e alcuni rischi: se oggi il riso è soprattutto **risotto** e **insalate di riso**, gli italiani si mostrano interessati alla crescita del consumo di ripieni, sformati, di torte/dolci al riso, di piatti unici come la paella o come la tiella riso patate e cozze. Tra i giovani spopolano le **preparazioni orientali**, soprattutto sushi. I concittadini si aspettano un 'di più' da parte delle marche: non tanto una riduzione del prezzo o risi con tempi di cottura ridotti, bensì **suggerimenti per ricette originali** e la diffusione della **conoscenza di varietà di riso meno note**".*

Le tendenze di consumo sono state analizzate da Patrizia Martello, sociologa dei Consumi e docente di Ricerca Sociale all'Università di Milano e Venezia, che ha evidenziato *"I trend del benessere sono tutti in crescita, sia quelli del benessere psicofisico delle persone sia in relazione al pianeta".*



Un momento del convegno  
(Fonte: Ente Nazionale Risi)

## Saper comunicare bene per acquisti consapevoli

*"Informare di più e meglio, con più accuratezza e trasparenza" è quanto suggerisce Martello alle marche del mondo alimentare per stimolare il consumo consapevole "influenzando le scelte dei consumatori partendo dalla conoscenza, senza trascurare la dimensione del gusto. C'è uno spazio 'educativo' potenziale molto grande, soprattutto per il mondo del riso. L'informazione va ripensata, progettata e comunicata con maggiore incisività creativa. Dalle etichette climatiche con nuovi indicatori dell'impronta alimentare, a nuovi format di retail, alla tracciabilità alimentare digitale, fino alla nutraceutica funzionale alla longevità, il riso italiano può credibilmente costruire un proprio solido protagonismo nella scena del food con un posizionamento narrativo di promotore leader di una nuova cultura alimentare".*

Della stessa opinione è **Marina Bassi**, caporedattrice *GdoWeek* e *MarkUp*, che ha analizzato il prodotto da un punto di vista comunicativo e in relazione alla Grande Distribuzione Organizzata (Gdo): *"Cosa cerca oggi il consumatore quando entra in un negozio a fare la spesa? Certo convenienza, ma anche informazioni sul prodotto e sui valori della marca, oltre a spunti per creare piatti diversi dal solito. Il tutto all'insegna di facilità e velocità".*

*"Lo scaffale deve saper trasmettere tutto questo e, di fronte a un consumatore bersagliato da messaggi, informazioni, deve sapere ispirare, suggerire, stimolare. Siamo sicuri che lo scaffale del riso assolverà bene anche a questo compito? Cerchiamo qualche spunto da altre categorie così da offrire agli operatori del settore idee per modalità innovative di approccio ai consumatori".*

## **Le Tea e i vantaggi per il comparto**

Le Tecniche di Evoluzione Assistita (Tea), la [proposta legislativa della Commissione Europea](#) e le prospettive del comparto date anche dalle **nuove biotecnologie** sviluppate per rendere le piante più resistenti a parassiti e siccità sono stati i temi al centro della seconda parte del talk.

*"Le Tea, mediante mirate modifiche del genoma, permettono di ottenere **piante che rispondano a problematiche agricole attuali** - ha spiegato **Chiara Cattaneo**, ricercatrice del Laboratorio di Biologia Molecolare del Centro Ricerche sul Riso - fronteggiando cambiamenti climatici, malattie, agrofarmaci ed erbicidi con una drastica riduzione dei tempi rispetto al miglioramento genetico classico. A luglio la Commissione Europea ha proposto un regolamento ad hoc per consentirne un'immissione sul mercato più rapida rispetto agli Ogm (Direttiva 2001/18/Ce), in quanto tecnologie in linea con la strategia Farm to Fork".*

Un approccio pratico volto a **migliorare le performance agricole** grazie alle Tea quello di **Vittoria Brambilla**, ricercatrice in Botanica Generale al Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali all'Università di Milano: *"Le Tecniche di Evoluzione Assistita sono un nuovo strumento per fare **miglioramento genetico** in tempi molto brevi, che permette di ottenere piante migliorate ma simili a quelle che potrebbero originarsi in natura. Si basano su una profonda conoscenza del Dna delle piante, oggi disponibile grazie ai progressi della ricerca scientifica, e sul riso hanno dimostrato enorme efficacia. Da dieci anni gli scienziati producono piante di riso Tea, ma finora non ci sono state sperimentazioni in campo. Il quadro normativo potrebbe permetterne le prime nella stagione 2024".*

© AgroNotizie - riproduzione riservata

Fonte: [Ente nazionale risi](#)