

la Redazione

## A Isola della Scala gli Stati Generali del consumo di riso



All'interno di piatti unici, snack e dolci di riso. Questo è il futuro del riso per i consumatori italiani, soprattutto tra i giovani che 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'.

A delineare le tendenze future del comparto risicolo, a Isola della Scala, 'Gli 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 appositamente 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). Così come dell'aumento dei prezzi, delle nuove tendenze dei consumatori e delle scelte della grande distribuzione. Un focus che ha riportato l'attenzione sul ruolo delle nuove generazioni e del packaging come strumento di comunicazione.

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 salutarissimi con carboidrati a basso indice glicemico, paella e torte light. Quali le leve da spingere? 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. L'attenzione all'etichetta e alla sostenibilità infatti è alta, ma poi, a scaffale, difficile da focalizzare. Gli italiani vogliono essere facilitati, informati e ispirati, si 'fidano' del prodotto riso ma vorrebbero vederlo sotto una luce nuova.

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

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, i consiglieri regionali Stefano Valdegamberi e Alberto Bozza che ha presentato l'iniziativa di legge regionale per la tutela delle eccellenze enogastronomiche.

Dopo l'edizione zero dello scorso anno, prosegue il monitoraggio dei dati sul consumo di riso in Italia. Sotto la lente di ingrandimento di AstraRicerche le scelte degli italiani, così come le aspettative su uno dei prodotti base della dieta mediterranea. Una fotografia del mercato e dei lifestyle trends a otto mesi dalla prima indagine, così come degli scostamenti significativi 2022-2023.

L'analisi delle tendenze dei consumi di riso, presentata questa mattina, ha restituito una immagine, di come stiano cambiando gli usi, con una visione nel medio lungo periodo che può aiutare produttori, distributori e venditori a delineare nuove strategie per sostenere il comparto e rimettere in moto i consumi. Il settore del riso sta vivendo un momento storico, una stagione spartiacque. Anche alla luce delle scelte della GDO, che sta ripensando tutti i suoi assortimenti per creare valore e nuove occasioni 'esperienziali', per superare il limite del prezzo. Opportunità per l'intera filiera risicola.

“Abbiamo fortemente voluto la nascita di questo Osservatorio proprio per dare al comparto risicola 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”.