

## La geografia del riso negli Stati Uniti: caratteristiche produttive e ruolo nel mercato mondiale

### 1. La geografia del riso negli Stati Uniti: una panoramica storico-geografica

Per delineare una “geografia del riso” negli Stati Uniti occorre inquadrare il contesto spaziale e la tradizione storica in cui si inseriscono la produzione ed il consumo del cereale. Qualche sintetico dato demografico ed economico è necessario per mettere a fuoco una cornice di riferimento<sup>1</sup>. Gli Stati Uniti hanno una popolazione di circa 261 milioni di abitanti. Solo l'1,8% degli abitanti è impiegato nell'agricoltura. Nel 1992 il numero totale delle aziende agricole (definite in base ad una soglia minima di vendite di prodotti agricoli di 1.000 dollari l'anno) era di 2,1 milioni, con una grandezza media di circa 189 ettari. Il raccolto 2003/2004 è stimato intorno ai 9,5 milioni di tonnellate, con tendenza al decremento (si tratta del raccolto più piccolo dall'annata 2001/2002). La superficie coltivata a riso è di circa 1.200.000 ettari, anch'essa in diminuzione (il dato del 2003 rappresenta il numero più basso a partire dal 1996/97). La produttività media è di circa 7,5 t/ha, con orientamento generale verso la crescita. La produzione è concentrata in sei stati; Arkansas (580.000 ha), California (198.000 ha), Louisiana (178.000 ha), Mississippi (93.000 ha), Texas (72.000 ha), Missouri (68.000 ha). Le condizioni ambientali di coltivazione variano dai climi caratterizzati da scarso livello di precipitazioni (soprattutto in California, dove alcune aree risicole hanno una media di 50 mm l'anno) agli umidi climi atlantici subtropicali (dove si arriva fino ai 700-1000 mm l'anno).

La coltivazione del riso negli Stati Uniti ha

un'illustre tradizione storica (Clifton, 1981). Il pioniere nella produzione di questo cereale fu uno stato che oggi ha abbandonato questo tipo di coltivazione, la Carolina del Sud (Daniel, 1985)<sup>2</sup>. La pratica della semina di riso iniziò in quest'area nel 1686, e si espanse progressivamente ad altri stati, dapprima alla Georgia e alla Louisiana (che fu leader nella produzione fra il 1890 ed il 1949) e poi anche agli attuali stati produttori (Godwin e Jones, 1970).

Notevole risulta oggi, all'interno dell'industria risicola, l'investimento in attività di ricerca e sviluppo, promosso a livello federale dalle associazioni di settore (soprattutto la AARP – American Association of Rice Producers e la USARF – United States of America Rice Federation). La ricerca si muove in diverse direzioni, a tutto campo. Essa può riguardare la selezione di varietà sempre più resistenti ai parassiti, in grado di crescere in differenti condizioni ambientali, capaci di assicurare rese sempre più alte, caratterizzate da nuove proprietà organolettiche. La ricerca coinvolge anche la messa a punto di tecniche di livellamento del terreno delle risaie, di nuovi antiparassitari, di più efficienti concimi, di perfezionate tecniche di stoccaggio e di conservazione del prodotto. La ricerca statunitense intrattiene poi stretti contatti con le istituzioni internazionali interessate a queste tematiche, quali l'IRRI (International Rice Research Institute, con sede nelle Filippine) e il CGIAR (Consultative Group on International Agricultural Research)<sup>3</sup>.

La produzione risicola degli Stati Uniti è sorretta da sussidi federali e statali. Il sistema dei “*marketing loan benefits*”, ad esempio, fa sì che i prestiti



effettuati agli agricoltori siano basati sul rapporto fra i tassi di prestito stabiliti a livello federale ed il prezzo del riso sul mercato mondiale, per alleviare le conseguenze delle fluttuazioni di quest'ultimo.

Da questa cornice quantitativa si possono, in sede riassuntiva, estrapolare le seguenti caratteristiche del mondo risicolo statunitense:

– La popolazione dedicata all'agricoltura è numericamente ridottissima, ma qualitativamente assai rilevante per l'immenso mercato che essa serve, sia in patria che all'estero. L'importante funzione di "alimentazione" della popolazione si basa su una vasta disponibilità di terreni agricoli e su un livello assai elevato delle rese, anche a costo di massicci usi di pesticidi, di diserbanti, di concimi e, non secondariamente, attraverso l'utilizzo di varianti transgeniche.

– La proprietà fondiaria tende ad essere strutturata su vaste fattorie dedite ad agricoltura estensiva. Se già la fattoria americana è tipicamente di superficie ragguardevole, la "rice farm", la fattoria dedicata alla coltivazione del riso, è tendenzialmente di dimensioni superiori alla media (a causa del livello di investimento di capitali richiesto e degli alti costi operativi per ettaro).

– La produzione quantitativa di riso, rilevante in sé come dato numerico, non costituisce, se rapportata ad altri tipi di coltivazione cerealicola come il mais e il grano, una voce primaria nel comparto agricolo, ma rimane comunque degna di nota.

– La produttività media tende ad essere alta, superiore agli standard della maggior parte dei paesi produttori.

– La varietà degli ambienti geografici che ospitano coltivazioni di riso è notevole.

– L'industria del riso investe con decisione in programmi di ricerca e sviluppo.

– La coltivazione risicola gode di una rete di sussidi istituzionali.

## 2. Il ruolo degli Stati Uniti nel mercato mondiale del riso

Dopo aver analizzato le caratteristiche intrinseche e strutturali della produzione risicola negli Stati Uniti, occorre inquadrarne il ruolo sul mercato mondiale. Se i dati precedentemente illustrati forniscono una "istantanea" della situazione di questo settore agricolo, il loro inserimento nella proiezione dinamica del commercio internazionale ne illuminerà un altro aspetto, non meno importante e significativo.

Gli Stati Uniti coprono solamente l'1,5% della

produzione mondiale. Circa il 30% dell'uso totale del riso, tuttavia, riguarda l'esportazione. Gli Stati Uniti negli ultimi decenni si sono sempre assestati fra il terzo e il quarto posto nella classifica degli esportatori mondiali. Nel triennio 2000-2002 la media annuale di esportazione di riso è stata di 2.875.000 t. Gli Stati Uniti sono presenti con il loro export di riso in una vasta gamma di mercati di destinazione. La tendenza degli ultimi anni, tuttavia, è stata quella di una perdita di quote di mercato nell'Africa sub-sahariana e nel Medio Oriente, compensata però da un rapido aumento dell'*export* in America Latina, un mercato che sta diventando sempre più strategico per l'agricoltura statunitense. La facilità di accesso ai mercati dell'America centrale e meridionale non è dovuta solo alla prossimità geografica e alla possibilità di ridurre i costi di trasporto, ma anche agli accordi di libero commercio contratti con il Messico, e all'utilizzo del Messico stesso come " trampolino di lancio" delle esportazioni verso gli altri paesi del continente<sup>4</sup>. Nonostante il forte fabbisogno interno, gli Stati Uniti rimangono un paese fortemente esportatore per una serie di fattori congiunti: l'alta qualità della produzione, la continua disponibilità del prodotto ottenuta grazie alle tecniche di stoccaggio, la versatilità e la varietà del prodotto offerto sul mercato.

Allo stesso tempo, tuttavia, gli Stati Uniti sono anche un consistente importatore di riso. Le importazioni sono aumentate costantemente a partire dal raccolto dell'annata 1980/1981. La maggior parte del riso importato è costituito da varietà vegetali che, anche se coltivate negli Stati Uniti (come nel caso del *Basmati*), vengono comunque acquistate dai paesi dell'estremo oriente asiatico (soprattutto Thailandia, Vietnam, India e in parte Cina), soprattutto, ma non esclusivamente, ad uso delle comunità etniche di immigrati. L'*import* copre il 13% del consumo domestico di riso. Nel triennio 2000/2002 la media annuale d'importazione di riso è stata di 373.000 t.

Ricapitolando i punti salienti, dunque:

– sia pur quantitativamente rilevante, la produzione di riso degli Stati Uniti non è comparabile ai livelli produttivi dei tradizionali grandi coltivatori dell'Est asiatico.

– L'industria del riso negli Stati Uniti è fortemente orientata all'esportazione, e mantiene una quota rilevante nel commercio mondiale del prodotto.

– Il mercato delle destinazioni dell'*export* sta cambiando, e si sta concentrando soprattutto sull'America latina.

– L'alto livello dell'*export* è mantenuto grazie a

fattori strutturali basati sulla forte competitività del sistema produttivo nel suo insieme.

– Gli Stati Uniti sono contemporaneamente un forte esportatore ed un forte importatore di riso, anche se l'*export* sopravanza quantitativamente l'*import*.

– L'*import* è legato soprattutto al consumo di specifiche varietà di riso, non tradizionalmente coltivate all'interno del paese.

### 3. Il consumo di riso negli Stati Uniti

Per concludere il quadro generale di interpretazione dell'industria del riso negli Stati Uniti occorre aggiungere al riepilogo quantitativo anche un approccio qualitativo di indagine concentrato sulle caratteristiche del consumo.

Il consumo di riso appare in costante crescita nel mercato statunitense: è aumentato di una media del 5,3% all'anno nel ventennio 1970/1990, e di una media del 3,7% nel decennio 1990/2001. Nel 1992 il consumo si attestava sui 9,6 kg pro capite per anno<sup>5</sup>. Durante il secolo ventesimo, la correlazione diretta fra produzione e consumo, che faceva sì che quest'ultimo fosse sostanzialmente più alto nelle zone tradizionali di coltivazione, si è stemperata, e il riso non viene più consumato in percentuali superiori alla media nazionale solo negli stati del sud (Texas, Louisiana, California, Florida, Georgia), ma anche in Oregon, Washington, New York, Kansas, perfino Nord Dakota (Newman, 1982). In generale il riso sembra essere entrato a far parte della dieta associata a quello che può essere definito un "*new american lifestyle*", stile di vita che "include un comportamento informale, un modo di pensare attento alle tematiche ecologiche, una forte consapevolezza dell'importanza del benessere fisico, ed in generale un rifiuto della dieta e delle altre abitudini associate con la cultura americana tradizionale" (Shortridge e Shortridge, 1998, pp. 90-91).

Il mercato interno degli Stati Uniti appare contraddistinto da una forte caratterizzazione etnica. La varietà delle comunità degli abitanti ed i continui, consistenti flussi di immigrazione contribuiscono alla creazione del "mosaico etnico" che caratterizza la società americana da più di un secolo. La forte immigrazione proveniente da paesi tradizionalmente consumatori di riso (Cina, India e Messico) ha determinato un incremento del consumo di riso interno, anche con notevoli differenziazioni nelle varietà richieste dalle cucine regionali di quelle nazioni. Proprio la diversità etnica della popolazione statunitense ha permesso, nel

lungo periodo, il superamento degli stereotipi che a lungo sono stati associati al riso, come, *in primis*, quello che fosse un cibo caratterizzante la sola comunità cinese (Dethloff, 1988, p. 47). La cucina americana, d'altronde, si presenta caratterizzata non solo da numerose influenze straniere che rappresentano un portato delle comunità di immigranti, ma anche da un sostrato legato alle tradizioni locali, correlate al clima, alle coltivazioni tipiche delle diverse latitudini, longitudini ed altitudini che offre lo sterminato continente americano (Zelinsky, 1973).

La realtà alimentare statunitense appare infatti, al di là delle mitologie percepibili all'estero (la nazione dei *fast-food*, il mondo degli *hamburger*, il regno delle bistecche giganti, ecc.), caratterizzata da una distinzione in cucine regionali con mercati differenziati per gusti e orientamenti (Zelinsky, 1998). Essendo i modelli di alimentazione espressione di una cultura locale, la "geografia alimentare" americana appare nel suo insieme caratterizzata da una differenziazione regionale ben radicata nel tempo<sup>6</sup>. All'interno di questa distinzione in grandi aree regionali sovrastatali, i gusti alimentari variano anche a seconda delle tendenze localizzative delle diverse etnie, per cui il consumo del riso appare insieme variegato tipologicamente e diffuso geograficamente secondo diverse variabili in gioco.

Il riso si è lentamente ritagliato una posizione rispettabile nel quadro nutritivo della popolazione americana, anche se sicuramente secondaria rispetto, ad esempio, al granoturco e alle patate, due pietre miliari della cucina del continente. La storia della crescita del *marketing* e del consumo di riso negli Stati Uniti, soprattutto nel secolo ventesimo<sup>7</sup>, è assai istruttiva per capire le problematiche che ancora oggi affliggono molte industrie del riso, fra le quali quella italiana.

La crescita del consumo di riso negli Stati Uniti, peraltro, non è dovuta solamente all'utilizzo diretto del cereale in cucina, ma anche al consumo indiretto in altri tipi di confezione alimentare, quali soprattutto le merende e gli *snack* contenenti riso e riso soffiato, i dolci a base di riso<sup>8</sup>, i cereali per la prima colazione, i *cracker*, le barrette energetiche ecc. Il mercato di alcune di questi prodotti è costantemente in crescita e, considerando le dimensioni quantitative della popolazione americana, gli orientamenti di gusto e il successo di alcuni prodotti possono avere un impatto non irrilevante sul consumo di riso. Un ulteriore promettente settore per il consumo del riso appare poi il mercato dell'alimentazione dei cosiddetti "*pet*", gli animali da appartamento e da compagnia, ambito



intorno al quale circola un importante volume d'affari.

La vitalità del mercato statunitense del riso, infine, è legata ad un'integrata azione di marketing e ad una vitale opera di promozione del prodotto, sia sul mercato interno sia sul mercato estero<sup>9</sup>.

In sintesi, dunque:

– il consumo di riso negli Stati Uniti è costantemente in crescita.

– Esso appare contraddistinto da una grande varietà di specie e di utilizzi in cucina.

– Il consumo del riso appare fortemente connotato regionalmente ed etnicamente.

– Un ruolo non secondario vengono assumendo forme di consumo alternative e fino ad ora secondarie, sia per quanto riguarda l'alimentazione umana sia per quanto concerne l'alimentazione animale.

– Il *marketing* ha un ruolo importante per la crescita del consumo di riso.

#### 4. Riflessioni conclusive

L'analisi dell'industria del riso negli Stati Uniti, osservata sia dal punto di vista delle caratteristiche produttive che da quello del mercato del consumo, risulta fondamentale per la comprensione della panoramica mondiale del settore e per una rassegna dell'immagine culturale che il riso può assumere nelle società occidentali. Oltre ad essere una dinamica realtà produttrice, con un ruolo di primo piano nel mercato delle esportazioni, l'industria risicola statunitense è importante per il forte investimento nel settore della ricerca e per la valorizzazione di nuove forme di commercializzazione e di impiego del prodotto. In ultimo, la società statunitense si presenta, in virtù della varietà dei suoi scenari etnici, culturali e demografici, come un laboratorio privilegiato per l'analisi delle "consuming geographies" (Bell e Valentine, 1997), cioè dello studio interdisciplinare delle dimensioni e delle ricadute spaziali degli atteggiamenti e delle scelte di consumo. Nei paesi ad economia avanzata, infatti, il consumo (non solo di cibo) sembra essere sempre più correlato ai valori culturali espressi da uno strato sociale, da un gruppo etnico, da un'area regionale, in una geografia culturale, a varie scale, continuamente in evoluzione.

#### Note

<sup>1</sup> I dati quantitativi esposti nel corso di questo articolo sono tratti da: <<http://www.fao.org>>, <<http://rice2004.org>>, <<http://www.usda.gov>>, <<http://www.ricejournal.com>>.

<sup>2</sup> A testimonianza delle lunghe inerzie della cultura alimentare, ancora oggi (a più di cento anni dalla fine della coltivazione risicola nello stato, che fu conseguenza della guerra civile) il riso rimane un ingrediente assai frequentato dalla cucina della zona (Shortridge e Shortridge, 1998, p. 87; ringrazio il prof. Armando Montanari ed il prof. Carlo Brusa per avermi segnalato questo articolo).

<sup>3</sup> Sui programmi di collaborazione internazionale e sul ruolo di USAID (United States Agency for International Development) nel campo della risicoltura, cfr. Moore, 2003.

<sup>4</sup> L'introduzione del riso statunitense nei mercati sudamericani è di antica data, e fu anche favorita da entrambi i conflitti bellici mondiali, che chiusero molti dei mercati tradizionalmente riforniti dagli Stati Uniti, soprattutto quelli europei. Alcune innovazioni nel mondo del riso (come la messa a punto del *parboiled*) nacquero d'altronde come necessità nel campo delle forniture alimentari all'esercito (Dethloff, 1988, pp. 150-151).

<sup>5</sup> Di questa quantità annua il 58% è consumato direttamente, il 21% in utilizzo indiretto, il 20% sotto forma di birra (<<http://www.riceweb.org>>).

<sup>6</sup> Per una panoramica della differenziazione regionale della cucina americana cfr. Pillsbury, 1998, in particolare il capitolo 10: "Cuisine Regions: Concept and Content", pp. 209-233. La componente alimentare è d'altronde elemento fondante della geografia culturale: "Queste tendenze [nel consumo del riso, n.d.r.] sono importanti non solo in sé, ma anche come indicatori culturali generici. Il consumo di riso, così come le abitudini alimentari in genere, è tenacemente inerziale e al contempo dinamico" (Shortridge e Shortridge, 1998, p. 85).

<sup>7</sup> Si vedano al proposito i capitoli 9 ("Marketing Initiatives at Home and Abroad, 1935-1945"), 10 ("A New Era") e 11 ("A New Infrastructure; Market Development, 1965-1985") in Dethloff, 1998, pp. 145-194; cfr. inoltre Efferson, 1952.

<sup>8</sup> Si veda a titolo esemplificativo una pubblicità che mira a promuovere il consumo di dolci a base di riso, supportata dalla riuscita (proprio perché provocatoria) formula di marketing "Rice to Riches": <<http://www.ricetoriches.com>>. Ringrazio Alessandro Valentini e Carlo Brusa per la segnalazione del sito.

<sup>9</sup> Il problema dell'affinamento di migliori tecniche di commercializzazione e di promozione del riso è d'altronde antico nell'industria di settore americana, e si può far risalire ai difficili anni del New Deal rooseveltiano, intorno al 1930-1935. William H. Reid, in quegli anni vicepresidente della Rice Millers Association, criticamente parlava per il riso di "arcaica commercializzazione" (cit. in Dethloff, 1988, p. 147).

#### Bibliografia

- Bell D. e Valentine G., *Consuming Geographies. We Are Where We Eat*, London-New York, Routledge, 1997.
- Clifton J. M., "The Rice Industry in Colonial America", *Agricultural History*, 55, 1981, pp. 266-283.
- Daniel P., *Breaking the Land: The Transformation of Cotton, Tobacco and Rice Culture since 1880*, Urbana IL, University of Illinois Press, 1985.
- Dethloff H. C., *A History of the American Rice Industry, 1685-1985*, College Station TX, Texas A&M University Press, 1988.
- Efferson J. N., *The Production and Marketing of Rice*, New Orle-



- ans, Simmons Press, 1952.
- Godwin M. R. e Jones L. L. (a cura di), *The Southern Rice Industry*, College Station TX, Texas A&M University Press, 1970.
- Moore F., "Multiple Strategies Assure Impact", *Rice Today*, 2003, 2, p. 27.
- Newman R. S., "The American Rice Industry", in Dethloff H. C. e May I. M. (a cura di), *Southwestern Agriculture, Pre-Columbian to Modern*, College Station TX, Texas A&M University Press, 1982.
- Pillsbury R., *No Foreign Food. The American Diet in Time and Place*, Boulder CO, Westview Press, 1998.
- Shortridge J. R. e Shortridge B. G., "Patterns of American Rice Consumption 1955 and 1980", in Shortridge J. R. e Shortridge B. G. (a cura di), *The Taste of American Place. A Reader on Regional and Ethnic Foods*, Lanham-Boulder-New York-Oxford, Rowman & Littlefield, 1998, pp. 85-100.
- Zelinsky W., *Cultural Geography of the United States*, Englewood Cliffs NJ, Prentice-Hall, 1973.
- Id., "You Are Where You Eat", *American Demographics*, 9, 1987, pp. 30-33.

