Quando il cibo diventa linguaggio culturale: l’Italia si racconta a Bangkok tra riso, tartufo e spumante

scritto da Emanuela Panke | 17 Dicembre 2025



L’Italia si racconta a Bangkok attraverso una mostra dedicata a riso, tartufo e spumante, tre prodotti simbolo del patrimonio gastronomico nazionale. L’iniziativa, promossa dall’Istituto Italiano di Cultura, valorizza il cibo come strumento di diplomazia culturale e dialogo internazionale, confermando l’importanza della cultura nella promozione dell’agroalimentare italiano sui mercati esteri.

In un momento storico in cui i mercati internazionali chiedono

ai prodotti agroalimentari non solo qualità, ma anche visione, racconto e identità, la cultura si conferma uno degli strumenti più potenti per costruire valore e immaginario. **È in questa prospettiva che si inserisce la mostra "Riso, Tartufo e Spumante – Sapori d'Italia", inaugurata a Bangkok in occasione della X Edizione della Settimana della Cucina Italiana nel Mondo e visitabile fino al 28 dicembre presso il Bangkok Art and Culture Centre** (BACC).

L'iniziativa, organizzata dall'Istituto Italiano di Cultura di Bangkok con il supporto dell'Ambasciata d'Italia in Thailandia e di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, è stata curata da Emanuela Panke e si inserisce in un più ampio programma di valorizzazione della gastronomia italiana come patrimonio culturale vivente, capace di parlare a pubblici diversi attraverso linguaggi contemporanei.

"**Il progetto rappresenta un'occasione preziosa per rafforzare il dialogo culturale tra Italia e Thailandia, mostrando come il cibo possa diventare uno strumento di conoscenza reciproca, turismo culturale e scambio sostenibile**", sottolinea Emanuela Panke.

Il percorso espositivo costruisce una narrazione coerente e trasversale intorno a tre prodotti simbolo del saper fare italiano: riso, tartufo e spumante. **Tre mondi apparentemente diversi, ma uniti da una medesima capacità tutta italiana** di trasformare la materia prima in cultura, la tradizione in innovazione, il territorio in racconto.

Il riso, protagonista della sezione *Italian World of Rice*, racconta il rapporto profondo tra uomo, paesaggio e lavoro agricolo. Dalle risaie del Nord Italia alla dimensione domestica e conviviale del risotto, il riso diventa simbolo di biodiversità, memoria contadina e continua capacità di adattamento. Non a caso, Italian World of Rice è una mostra prodotta da Absit Daily, che ha saputo tradurre contenuti

complessi – agronomia, storia, cultura materiale – in un linguaggio accessibile, immersivo e internazionale. Il tartufo introduce il visitatore in una dimensione più intima e misteriosa, fatta di ritualità, saperi tramandati oralmente, attesa e conoscenza profonda della natura. È il racconto di una cultura del cibo che non è solo gusto, ma esperienza, emozione e patrimonio immateriale. Le bollicine italiane, infine, rappresentano la dimensione della festa, della condivisione e dell'apertura al mondo. Dalla precisione del metodo classico alle interpretazioni più contemporanee, lo spumante diventa metafora di eleganza, convivialità e capacità di dialogo con i mercati internazionali.

Il ruolo di Wine Meridian e il valore della visione scientifica

All'interno della mostra, un ruolo centrale è stato svolto dal progetto Italian Sparkling Wines, il cui comitato scientifico è stato coordinato da Wine Meridian. Un lavoro corale che ha visto la partecipazione di oltre 25 aziende italiane, chiamate a raccontare non solo i propri prodotti, ma un sistema complesso fatto di territori, metodi produttivi, storie e identità.

La tappa di Bangkok ha visto inoltre la partecipazione di Villa Sandi, presente con il marchio La Gioiosa, atestimonianza di come il racconto culturale possa diventare una leva strategica anche per aziende fortemente orientate ai mercati esteri. In contesti come quello asiatico, infatti, il vino non è solo un prodotto da degustare, ma un universo simbolico da scoprire: stile di vita, paesaggio, eleganza, ritualità.

Cultura, vino e mercati esteri: costruire immaginario

La mostra di Bangkok conferma un dato ormai evidente: sui

mercati internazionali il valore culturale dei prodotti agroalimentari è un fattore competitivo determinante. In particolare per il vino, la capacità di costruire un immaginario condiviso – fatto di storia, paesaggi, saperi e convivialità – **rafforza il posizionamento, aumenta l'impatto e genera fiducia**.

Non si tratta solo di promozione, ma di diplomazia culturale: il cibo come linguaggio universale, capace di superare barriere linguistiche e culturali e di creare relazioni durature tra Paesi e comunità.

Il valore dell'iniziativa è ulteriormente rafforzato dal recente riconoscimento UNESCO. La candidatura "La cucina italiana, tra sostenibilità e diversità bioculturale" è stata iscritta alla Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità durante la ventesima sessione del Comitato Intergovernativo della Convenzione del 2003, tenutasi a Nuova Delhi.

L'UNESCO ha riconosciuto la cucina italiana come una pratica quotidiana fatta di conoscenze, rituali e gesti condivisi, veicolo di inclusività, sostenibilità ambientale e trasmissione intergenerazionale dei saperi. Un riconoscimento che trova nella mostra di Bangkok una traduzione concreta e contemporanea.

Il programma culturale ha preso avvio l'11 dicembre con il workshop "Italian Heritage, Food Culture & Tourism" presso l'Università di Bangkok, ateneo di riferimento per la formazione nei settori dell'hospitality, della gastronomia e del turismo. **Il riso è stato raccontato attraverso due piatti simbolo della cucina italiana: risotto e arancini, diventati strumenti di narrazione culturale oltre che gastronomica**. Successivamente, presso la Sezione Italiana del Dipartimento di Lingue Occidentali della Facoltà di Lettere dell'Università Chulalongkorn, si è svolto l'incontro "Riso, Tartufo e Spumante", in cui Emanuela Panke ha dialogato con esperti di

cucina thailandese sul rapporto tra cibo tradizionale e territori di provenienza. La conferenza ha creato uno spazio di confronto aperto a studenti, studiosi e appassionati, esplorando il cibo come elemento di connessione tra società, identità e tradizioni.

“Con questa mostra e con il programma di incontri che la accompagnano vogliamo raccontare la cucina italiana come patrimonio culturale vivo, fatto di gesti quotidiani, di memoria e di condivisione”, afferma Maria Sica, Direttrice dell’Istituto Italiano di Cultura di Bangkok. “**Riso, tartufo e spumante sono simboli potenti di un’identità che unisce territori, persone e generazioni, e che trova nel dialogo internazionale una naturale estensione**“.

Un messaggio chiaro: il futuro del vino e dell’agroalimentare italiano sui mercati esteri passa sempre più dalla cultura, dalla capacità di raccontare storie autentiche e di trasformare i prodotti in esperienze condivise. Wine Meridian, ancora una volta, si conferma osservatore e protagonista di questa evoluzione.

Punti chiave

1. **Mostra culturale a Bangkok celebra riso, tartufo e spumante** come simboli dell’identità gastronomica italiana fino al 28 dicembre.
2. **Diplomazia culturale attraverso il cibo rafforza il dialogo Italia-Thailandia** e costruisce immaginario sui mercati internazionali.
3. **Riconoscimento UNESCO alla cucina italiana come patrimonio immateriale** valorizza sostenibilità e diversità bioculturale.
4. **Wine Meridian coordina il comitato scientifico del progetto Italian Sparkling Wines** con oltre 25 aziende

coinvolte.

5. **Workshop universitari trasformano riso, tartufo e spumante in strumenti di narrazione** culturale per studenti e esperti.