

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, a testimonianza 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.**