



Trame creative: intrecci tra design e i principali elementi della cucina italiana nel mondo

Il Giornale è media partner di una mostra ospitata all'Istituto Italiano di Cultura di Varsavia in occasione della Settimana della cucina italiana nel mondo. Ce ne parla l'ambasciatore italiano in Polonia

Dal 22 al 28 novembre ritorna l'appuntamento internazionale con la **Settimana della cucina italiana nel mondo**, giunta alla sesta edizione. Nata nel 2015 con lo scopo di promuovere e valorizzare all'estero la cucina italiana di qualità per iniziativa del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, vede coinvolti, accanto a ICE, numerosi Istituti Italiani di Cultura e consolati onorari. Ad anticiparci tema e peculiarità di un [programma](#) sia online che in presenza è **Aldo Amati**, a capo dell'**Ambasciata d'Italia in Polonia** che c'illustra anche il progetto **Trame creative**, la mostra curata da Elena Santi di **Open Design Italia** e allestita simultaneamente presso gli **Istituti Italiani di Cultura di Varsavia** (dal 22 novembre al 10 dicembre) e **Zagabria** (dal 24 novembre al 15 dicembre), che coniuga cucina e design secondo un approccio di promozione integrata del Made in

Italy. Ed è proprio considerando quest'ultimo aspetto che abbiamo scelto d'iniziare la nostra intervista.

Ambasciatore Amati, come viene percepito il Made in Italy nei contesti in cui operate? Attraverso quali strumenti occorre veicolarlo?

In Polonia ho riscontrato un grande interesse per l'Italia e per tutto quello che all'Italia è legato. I polacchi non soltanto amano il nostro Paese come meta di viaggi e vacanze, ma apprezzano moltissimo la nostra cultura e la creatività italiana declinata in tutte le sue forme: arte, letteratura, musica, moda, design, cucina, tecnologia. Questo interesse è dimostrato in termini concreti dai dati del nostro interscambio: nel 2019 e nel 2020 l'Italia è stata tra i primi partner commerciali della Polonia, con un interscambio che ha superato i 23 miliardi di euro, superiore a quello che abbiamo con la Turchia, la Russia o il Giappone. Si tratta quindi di un contesto molto positivo per la promozione del Made in Italy, che viene percepito dai polacchi come una garanzia di qualità e come segno distintivo di eleganza, ricercatezza, raffinatezza. Non è un caso che i centri commerciali o le vetrine delle maggiori città del Paese ospitino tutti i nostri brand più conosciuti, a partire da quelli più prestigiosi. Il rovescio della medaglia è certamente una certa diffusione del fenomeno dell'«Italian sounding», ovvero di quei marchi che hanno una pretesa d'italianità pur non essendo legati al nostro Paese... ma questa è un'altra storia. Una forte azione di sostegno alla promozione del Made in Italy in Polonia è svolta da tutte le istituzioni italiane presenti nel Paese, a partire dall'Ambasciata d'Italia, dagli Istituti Italiani di Cultura di Varsavia e Cracovia, dall'Ufficio ICE di Varsavia, passando per i nostri consolati onorari sparsi sul territorio polacco e per l'appoggio, importantissimo, della Camera di Commercio Italiana in Polonia e di Confindustria Polonia. Alcune iniziative di promozione sono ideate in loco in relazione allo specifico contesto polacco, altre invece vengono promosse a livello centrale dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale che coordina le

attività dell'intera rete diplomatica all'estero. Tra queste ultime vorrei ricordare in particolare l'«Italian Design Day», affermatosi negli anni come efficace strumento di sostegno all'internazionalizzazione di un comparto industriale strategico per il nostro export. A causa della situazione pandemica, sia nel 2020 che nel 2021 abbiamo deciso di concentrarci sull'organizzazione d'incontri online tra nostri designer e gli studenti d'italianistica di alcune università polacche (Danzica nel 2020, Varsavia e Lublino nel 2021), per promuovere la creatività italiana tra i giovani.

Nello specifico, come s'inserisce la Settimana della cucina italiana nel mondo all'interno dei vostri programmi di promozione? A quali altri progetti state lavorando?

La Settimana della cucina italiana nel mondo è un prezioso strumento di promozione internazionale della qualità della cucina italiana e dei nostri prodotti agroalimentari. Nata nel 2015 su iniziativa del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, s'inserisce nel solco dell'eredità di Expo Milano 2015 per approfondire temi di grande attualità: il rapporto fra il cibo e la sostenibilità ambientale, la cultura del cibo, la sicurezza alimentare, il diritto al cibo, l'educazione alimentare, le identità dei territori e la biodiversità. L'edizione di quest'anno sarà dedicata a *Tradizione e prospettive della cucina italiana: consapevolezza e valorizzazione della sostenibilità alimentare*.

In Polonia abbiamo deciso di proporre per quest'anno un mix tra eventi tradizionali ed eventi online, anche in relazione all'andamento della situazione pandemica, che purtroppo sta presentando una recrudescenza. L'evento attorno al quale ruoteranno le manifestazioni della Settimana nella capitale è la mostra "Trame creative", proposta da Open Design Italia e ospitata presso l'Istituto Italiano di Cultura: si tratta di un progetto che coniuga diversi aspetti del saper fare italiano, proponendo un intreccio tra cucina e design, tra pasta e tessuti, tra prodotti e territori, secondo

un approccio di “promozione integrata” che è uno degli obiettivi dell’azione di sostegno al Made in Italy condotta dalla Farnesina e dalla rete estera. Attorno alla mostra saranno proposti approfondimenti, con incontri e conferenze dal vivo e online, per illustrare le nostre eccellenze sia a tavola sia nel design. Il programma previsto a Varsavia sarà affiancato da iniziative organizzate sul tutto il territorio polacco dagli Istituti di Cultura, dall’Ufficio ICE e dai nostri consolati onorari: degustazioni, lezioni di cucina, serate a tema con la partecipazione di ospiti dall’Italia e dalla Polonia.

Per quanto riguarda gli altri progetti di promozione del “Made in Italy” che stiamo portando avanti, nei prossimi giorni a Varsavia ospiteremo, sempre nella sede del nostro Istituto Italiano di Cultura, una sfilata di moda con la partecipazione di due stilisti italiani, Gian Paolo Zuccarello e Vittorio Camaiani.

Per approfondire

Chi è Aldo Amati



Nato a Bergamo nel 1961, si laurea in Lingue e letterature straniere a Bergamo nel 1982 e in Scienze politiche presso l’Università di Milano nel 1985. Entra in carriera diplomatica nel 1987 iniziando il suo percorso professionale alla Farnesina presso il Servizio Stampa e Informazione. Il suo primo incarico all’estero è nel 1990 a

Mosca, dove è testimone del crollo del regime comunista e dell’URSS e dove rimane fino al 1994. Nello stesso anno si trasferisce all’Ambasciata a Londra, dove svolge le funzioni prima di Addetto Stampa e poi di Funzionario nel settore commerciale. Nel 1998, rientrato alla Farnesina, prosegue la sua carriera professionale al Gabinetto del Ministro,

fino al 2001, quando viene destinato a Washington dove lavora come funzionario distaccato al Dipartimento di Stato americano e poi in Ambasciata. Trasferito a Tokyo nel 2005 è nominato Primo Consigliere e vicario dell'Ambasciatore. Dal 2009 è vicecapo del Servizio Stampa e Informazione, mentre dal 2011 assume la funzione di Consigliere Diplomatico Aggiunto del Presidente della Repubblica Napolitano. Nel 2013 torna al Servizio per la Stampa e la Comunicazione istituzionale, come Capo servizio e portavoce del Ministro. Tra il 2014 e il 2018 è Ambasciatore d'Italia a Praga. Dal 2018 è Ambasciatore d'Italia a Varsavia. Nel 2013 è insignito del titolo di Grande Ufficiale dell'Ordine al Merito della Repubblica.

About Author



[Redazione](#)

[See author's posts](#)

[!\[\]\(0aff635c4179ba9e710b00f4b01d3b20_img.jpg\) Condividi](#)