



SWITCH style



Anno 4 - n° 15
Apr - Giu 26

Year 4 - n° 15
Apr - Jun 26

• **FASHION**
APOCALYPS

• **BEAUTY**
DECLINATION

• **TRAVEL**
PODERE 1384

ROSANNA
MARANI



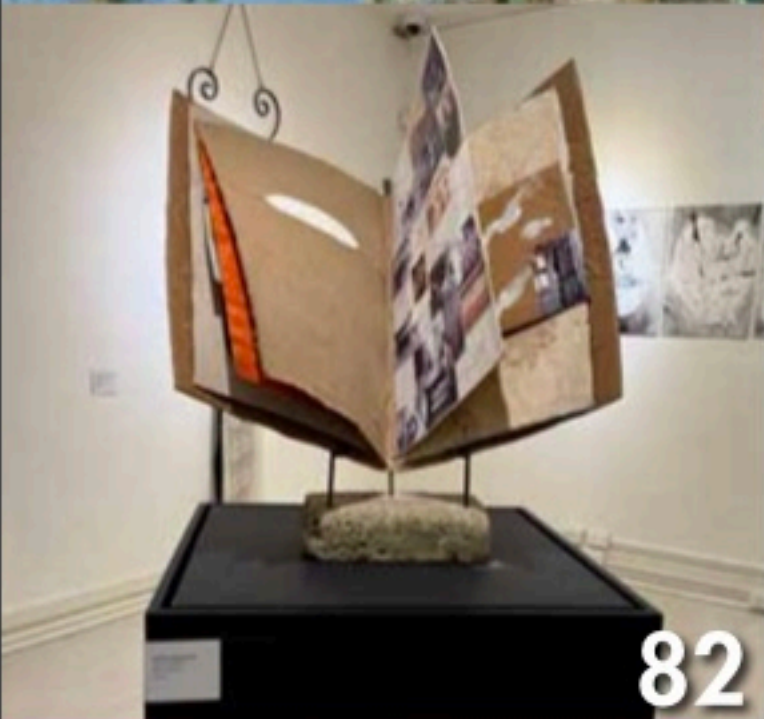
56



62



78



82



90



94

70

ENTERTAINMENT
WEDDING GUESS - QUANTO MI CONOSCI?
WEDDING GUESS - HOW WELL DO YOU KNOW ME?

72

DESIGN
ABITARE IL NERO
INHABITING BLACK

76

EXPERIENCE
CROMO: IL POTERE DEL TÈ
CROMO: THE POWER OF TEA

78

ARTISANS
ART CRYSTAL

82

ART
PREMIO CAPUTO
CAPUTO PRIZE

86

FOOD
CHURRASCARIA PORCÃO

90

BEVERAGE
SCENARIO VINITALY
VINITALY VENUE

94

FOOD
DOLCE GUINNESS
SWEET GUINNESS

96

ASSOCIATION
UNIVERSITÀ MEDITERRANEA DI REGGIO CALABRIA
MEDITERRANEAN UNIVERSITY OF REGGIO CALABRIA

98

EVENT
GIN VALLE

Il Made in Italy è declinato alla tematica della resilienza

Il 15 aprile è stata la Giornata Nazionale del Made in Italy dedicata alla promozione della creatività e dell'eccellenza italiana con eventi presso istituzioni, scuole, ed imprese, con gli obiettivi di riconoscere al Made in Italy il ruolo sociale e il contributo allo sviluppo economico e culturale del Paese, anche in relazione al suo patrimonio identitario. Con l'obiettivo di responsabilizzare l'opinione pubblica alla tutela del valore e delle qualità peculiari delle opere e dei prodotti italiani oltre che sensibilizzare i giovani a scegliere le professioni artigianali e creative legate alle eccellenze delle nostre manifatture.

In quest'occasione l'università **"Mediterranea" di Reggio Calabria** ha celebrato la giornata con un convegno/testimonianza in cui il Made in Italy è declinato alla tematica della resilienza. Tematica impegnativa per una regione come la Calabria in cui la resilienza è declinata ad essere resiliente nel territorio contrastando il fenomeno della criminalità. All'evento erano presenti alcuni imprenditori che giorno dopo giorno resistono e producono.

A rappresentare l'Ateneo reggino è stata la lectio Magistrali della prof. **Michela Mantovani**, docente di Economia del fashion Brand e Made in Italy tra le prime docenti che hanno fondato il Dipartimento di Giurisprudenza, Economia e Scienze umane.

Prof. Mantovani lei insegna Economia del fashion brand & made in Italy



per corsi di Giurisprudenza, Economia e Progettazione pedagogica e gestione dei servizi educativi per i minori. Ma come stanno insieme queste anime economiche, giuridiche e pratiche?

Stanno insieme molto felicemente perché tutti siamo creativi. Basta solo avere gli input giusti per creare... Così non è detto che un buon avvocato non sia anche un bravo creativo. In fondo in tribunale e in finanza vince chi è più creativo e trova soluzioni... così il mio progetto *Mantovani fashion* vuole essere una spinta per tirar fuori la propria creatività nella moda ma con valenze altamente culturali. Io vedo la moda come espressione di status, gusto

e identità culturale del made in Italy. made in Italy dal punto di vista culturale/territoriale come Marcatore identitario distintivo ossia come "fatto in quel determinato territorio" che acquista importanza perché è un importante tassello del mosaico della peculiarità artistica della nostra bell'Italia.

Nel mio corso agli studenti è richiesto un project work ossia di realizzare outfit ed accessori che rappresentano le principali teorie economiche (Veblen, Dusenberry, Hirsch, Paul Blumberge)/sociologiche (Simmel, Huizinga, René König) più in sintonia con le proprie preferenze individuali. Negli anni la tematica per il project work è passata dalla sola idea di realizzare un abito secondo una teoria scelta dagli studenti (A.A. 2023-2024), alla realizzazione di un abito che rappresentasse oltre le teorie le eccellenze della Regione Calabria (arte, enogastronomia, abiti tradizionali) A-A2024-2025);

Nel 2026 anno di celebrazione di 800 anni dalla nascita di San Francesco D'assisi le tematiche sono state: San Francesco; Calabria, Magna Grecia by Versace. Ovviamente la tematica viene annualmente cambiata come è nello stile di un Direttore creativo che decide la tematica e i fashion designer sviluppano gli outfit. Oltre alla tematica ogni anno c'è un team che preferisce tematiche etica. Come: Contro la violenza sulle donne; (2024) Contrasto alla 'Ndrangheta e promozione dell'Associazione *Addio Pizzo*. (2025). Il Mediterraneo che unisce culture e promuove la pace (2026) in quest'ultimo caso il team era formato da ragazze che vivono in Aspromonte dove la lingua è ancora quella greca antica e una ragazza marocchina. Alla base di tutti gli outfit c'è l'idea di sostenibilità, di vintage, di recupero in particolare il recupero di antiche tradizioni tessili che in Calabria hanno oltre 9.000 anni di storia.

Cosa desidera promuovere?

Desidero che i miei ragazzi possano rendersi conto dello straordinario patrimonio culturale ed ambientale in cui vivono e che spesso nemmeno se ne rendono conto e poi desidero promuovere le bellezze della Calabria. Durante il mio corso gli studenti producono outfit che valorizzano il "Made in Calabria" attraverso ispirazioni della Magna Grecia, enogastronomia e tradizioni artigianali (tra cui la tessitura e l'uncinetto).

Ho inoltre ideato il *Comitato Calabria Cinetourism* con marchio il cui pay-off è "Coloriamo la Calabria dal noir della cronaca". Questa iniziativa è stata un successo per gli studenti di San Luca che sentivano su di loro il peso di essere associati alla criminalità e così iniziarono



no a girare corti le cui tematiche erano tutte rivolte alla valorizzazione degli straordinari luoghi dell'Aspromonte ed alla positività delle persone.

I messaggi positivi dei cortometraggi ci fecero avvicinare al Commissario ed al Prefetto di R.C tanto da organizzare una task force (2018) che metteva insieme studenti e aziende che erogava borse di studio a ragazze in Europrogettazione europea (io ero direttore) evidenziando come anche rimanendo a San Luca si potesse lavorare. Dato che "il lavoro è fondamentale per sconfiggere la mafia perché solo attraverso il lavoro si fa antimafia".

La Calabria potrebbe avere un ruolo sociale importante per il contributo allo sviluppo economico del Paese in relazione al suo patrimonio identitario con 9000 anni di storia. Ed è per questo motivo che è molto importante preservare il territorio ed essere presenti con iniziative importanti.

Certo perché se si parla di identità culturale non possiamo non fare riferimento all'aerea greca in provincia di Reggio Calabria che vanta una fortissima identità culturale di 9000 anni di storia grazie alla sopravvivenza sia dell'artigianato che della lingua greca. Per questo è importante valorizzare il territorio e l'antica tessitura che può essere tramandata.

Un esempio è riferito ad una coperta tradizionale tessuta, per le culle dei neonati con schemi bianchi e rossi, è particolarmente apprezzata in quanto non è solo fatta a mano, ma vi è un ciuffo di lana che fuoriesce dalla trama rendendo la coperta un pezzo unico. Le attività artigianali storiche producono oggetti che esprimono identità culturale e potrebbero diventare volano per lo sviluppo di una Regione se diventano innovative.



LA PROF. MICHELA MANTOVANI (SX)
CON LA STILISTA CHIARA BOHN

Made in Italy is explored through the lens of resilience

April 15 marked the National Made in Italy Day, dedicated to promoting Italian creativity and excellence through events held in institutions, schools, and businesses, with the aim of recognizing the social role

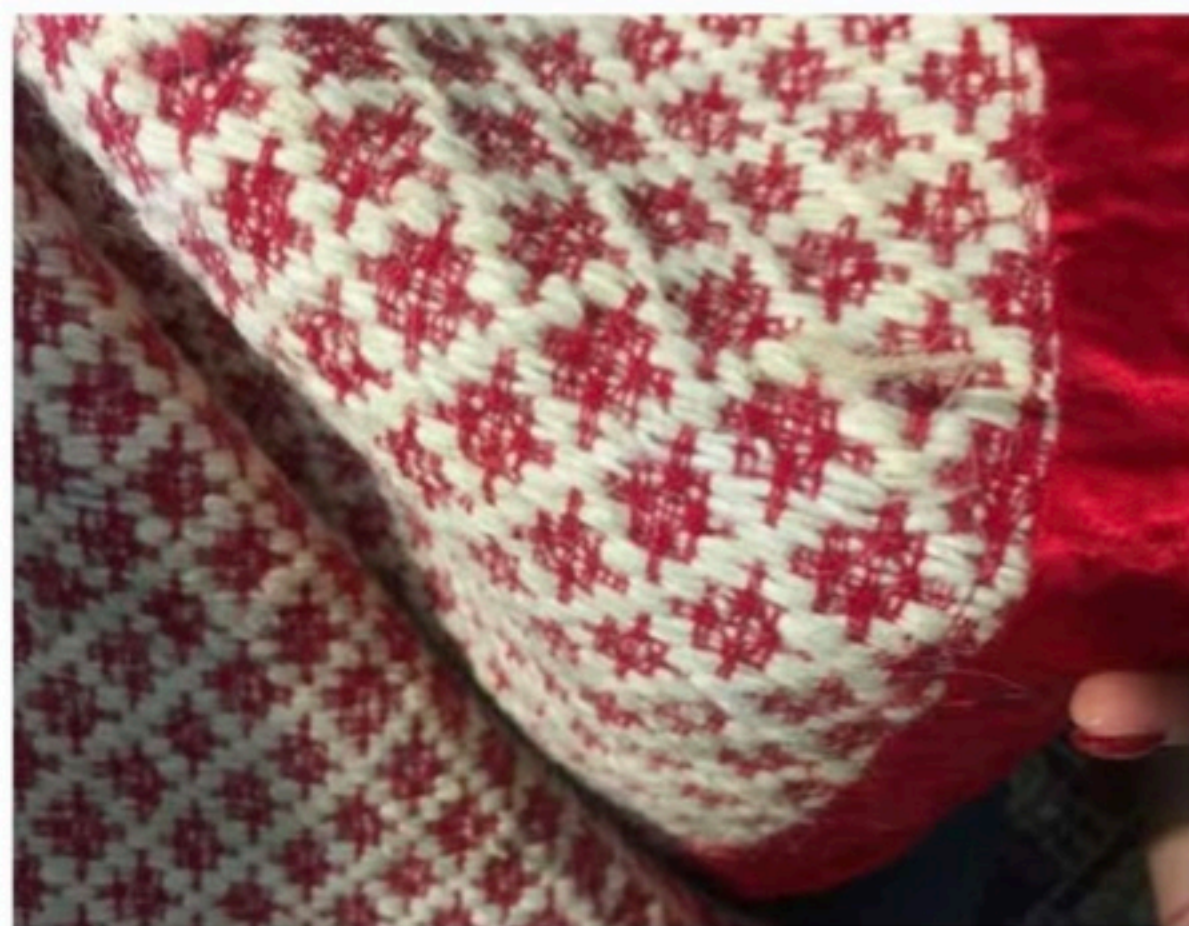
of Made in Italy and its contribution to the country's economic and cultural development, also in relation to its identity heritage.

With the objective of raising public awareness to promote the protection of the value and distinctive qualities of Italian works and products, and to encourage young people to pursue artisanal and creative professions linked to the excellence of our manufacturing.

On this occasion, the **Mediterranea University of Reggio Calabria** celebrated the day with a conference/testimonial in which Made in Italy was interpreted through the theme of resilience. A demanding theme for a region like Calabria, where resilience is expressed as remaining in the territory and countering the phenomenon of organized crime.

Present were several entrepreneurs who, through their work, resist and produce day after day. Representing the Reggio Calabria university was the testimony of Professor **Michela Mantovani**, among the first lecturers who founded the Department of Law and Economics.

Professor Mantovani, can you tell us about the projects born thanks to the



University and what you aim to promote?

«A Calabria Cinetourism committee was established along with its related brand, whose pay-off is 'Let's color Calabria away from the noir of the news.' This initiative has been a success, particularly for what was achieved in the Locrice area with students from San Luca, who felt the burden of being associated with criminality, and thus began producing short films whose themes were all focused on enhancing the extraordinary places of Aspromonte and the positivity of its people».

Calabria plays an important social role in contributing to the country's economic development in relation to its identity heritage, with 9,000 years of history. For this reason, it is very important to preserve the territory and remain present through significant initiatives.

«Of course, because when we talk about cultural identity we cannot fail to refer to the Greco-Byzantine area in the province of Reggio Calabria, which boasts a very strong cultural identity of 9,000 years of history thanks to the survival of both craftsmanship and the Greco-Byzantine language, a language of very ancient origin still spoken by the descendants



of Magna Graecia and influenced by Byzantine culture. For this reason, it is important to enhance the territory and its ancient weaving tradition that can be passed down.

An example is a traditional woven blanket, for instance for newborn cradles, with white and red patterns, particularly appreciated as it is not only handmade but also features tufts of wool emerging from the weave, making each blanket unique. Historical artisanal activities produce objects that express cultural identity and become a driver for the development of a region».

Professor, I understand you have authored several books, and one of these is M3. Fashion Economics of the Brand & Made in Italy. It seems that it includes a multimedia/digital platform.

«It is an interactive project where students can upload their project work, meaning outfits and accessories in video or slide format, and companies can connect with them through the pla-

tform. The interactive book also received a UNESCO award. Once students connect to the platform on the website www.michelamantovani.com, they can enter their personal activation code and begin working».

I would like to thank you for captivating us through the stories of "our history," and having had the opportunity to meet you through this interview, I realized how deeply you care about teaching and your students.

«It is true, for me teaching is a vital lifeblood, and moreover, the University of Reggio Calabria, where I teach, is very democratic. Those who do not have many financial resources can still study, and students are usually highly motivated because through their commitment and study, people are no longer submissive and do not accept compromises. We as lecturers are called not only to teach with passion and dedication, but also to motivate and help students achieve their dreams».