



Mincione Edizioni

*Mariangela Mincione, libraia e collaboratrice della Robin Edizioni, ha pensato la nuova iniziativa «Libri in testa». Sua anche l'idea di «Suoni di parole», rassegna estiva dedicata all'editoria, fra lettura e la musica*



## Mariangela Mincione

### Sotto il casco del parrucchiere non gossip ma buoni romanzi

**A**bituare le persone all'«oggetto» libro, intercettarle in luoghi in cui hanno del tempo da trascorrere, ma che spesso non sanno come occupare. Mariangela Mincione, titolare della libreria romana «Nero su Bianco» e responsabile delle relazioni esterne per la Robin Edizioni, ci ha pensato a lungo a come fronteggiare il calo di lettori, cui tutti i giorni assiste. E' nata così, un mese fa, «Libri in testa», l'iniziativa lanciata grazie alla collaborazione di un gruppo di parrucchieri e barbieri della Capitale, nei giorni di «Più libri, più liberi», fiera della piccola e media editoria.

«Abbiamo distribuito gratuitamente in alcuni saloni di bellezza i volumi messi a disposizione dalla Robin, cui si sono aggiunti Voland, Lapis, Contrasto, E/O, Ensemble e Memori - racconta Mariangela Mincione -, inizialmente abbiamo scelto poesie e racconti, che potessero essere letti in breve tempo, ma

anche romanzi semplici, grado di incuriosire, da scoprire durante i trattamenti posto delle consuete riviste. La media di permanenza esercizi commerciali di questo tipo è altissima: almeno mezz'ora per gli uomini, fino a tre ore per le donne: abbastanza per appassionarsi a una storia e decidere poi andarla a cercare in una libreria per vedere come va finire. E' utopistico, forse non un passaggio così automatico e immediato, ma in tanto abitua a tenere un volume in mano, a vederlo contesti meno usuali».

Al primo gruppo di una ventina di hair stylist, se stanno aggiungendo a decine in tutta Italia e l'esperimento è in fase di evoluzione. Accanto ai titoli in prestito si sta studiando la possibilità di proporre alcuni in vendita, creando piccole isole che siano al tempo stessa biblioteca e libreria. Sono nati anche i primi slogan promozionali: un «Progetto permanente», per gestire «Taglio dell'attesa».