



MARICA

L'iniziativa **Libri in testa**, nata nell'ambito di «Più libri più liberi», la fiera della piccola e media editoria, ha portato narrativa e saggi nei saloni di hair stylist di Roma

NON SOLO RIVISTE DI GOSSIP. OGGI DAI **PARRUCCHIERI** SI TROVANO PILE DI ROMANZI. UN PROGETTO PILOTA CHE DA ROMA SI STA DIFFONDENDO

FRA TAGLIO E PIEGA C'È TEMPO PER UN LIBRO

Dal parrucchiere come in biblioteca: per leggere un libro. A volte l'attesa è lunga, e a parte l'attesa quando tocca a te fra taglio, tinta e messa in piega il tempo che se ne va è sempre tanto. Perché non adoperarlo per leggere un buon libro? Come perché? La risposta è semplice: è proprio dal parrucchiere che si divorano le riviste di gossip, i settimanali rosa che molti di noi (non io) si vergognano non solo di leggere, ma anche di sfogliare o addirittura di prendere in mano e lo fanno quasi di nascosto. Quante signore, ferratissime sull'ipotetica seconda gravidanza di Belen o sulla *love story* di Raul Bova, si giustificano dicendo «L'ho letto dal parrucchiere»?

D'ora in poi dal parrucchiere - fino a oggi spazio franco per letture light quanto frivole - si leggeranno solo libri seri e impegnati. Il

progetto-pilota è partito da Roma qualche settimana fa e verrà presto esteso ad altre città. In diciannove saloni di hair stylist le clienti hanno trovato pile di libri - racconti, poesie, romanzi brevi - al posto delle consuete riviste scandalistiche. Molto meglio Emily Dickinson del dilemma di Al Bano: sposo o non sposo la Lecciso.

L'iniziativa, denominata *Libri in testa*, rientra nell'ambito di «Più libri più liberi», la fiera della piccola e media editoria. «Volevo portare il libro dove non è di casa. Il mio obiettivo è far abituare l'occhio delle persone all'oggetto libro in contesti diversi, cogliendo umoristicamente il pretesto per sottolineare come la lettura sia un'ottima "forbice" in grado di tagliare non solo i tempi di un'attesa, ma i costi di vizi e virtù quotidiane», spiega Mariangela Mincione, della Robin edizioni, ideatrice dell'iniziativa. Un'iniziativa lodevole in terra di analfabeti.

Gli ultimi dati Istat sono agghiaccianti: siamo sempre di più un Paese di non lettori. trenta milioni di italiani nell'ultimo anno non hanno letto neanche un libro. E sei su dieci sono lettori zero.

VETRINE/2

a cura di **Arturo Camilli**

■ ARROSSIRE È INCANTEVOLE MA QUELLE MACCHIE NO

Alzi la mano chi non s'intenerisce davanti a una donna a cui improvvisamente s'infiammano le gote. Ma i rossori (non d'imbarazzo) della pelle del viso sono un'altra e spiacevole faccenda. Ora c'è un trattamento quotidiano che punta a correggere i difetti del colorito - Rosaliac CC Creme - e che offre inoltre una copertura make up e un fattore di protezione UV con SPF 30. Di La Roche-Posay,

50 ml., 21,20 euro



■ SE LO SGUARDO È MANGA L'EFFETTO È IRRESISTIBILE

L'energia e l'appeal dello stile giapponese in un mascara, Mega Volume Miss Manga, che vuole amplificare lo sguardo rendendolo due volte più «aperto». Il segreto? Sta quasi tutto in un applicatore conico a 360° che aiuta a mettere in modo preciso il prodotto - nerissimo - su ogni ciglia. Per un effetto «kawaii», cioè adorabile in lingua manga. Di L'Oréal Paris, 10,49 euro



■ COLTO IN FRAGRANZA L'UOMO DEL FUTURO

Note di cuore: vinile, violetta, geranio e zafferano. Etere verde, pepe rosa, bergamotto, pompelmo per quelle di testa e, come note di fondo, muschio, vetiver, patchouli e labdano. La fragranza per un uomo che, come dice il nome (Cyber Garden), cerca l'energia del futuro. Di CoStume National, 100 ml., 76 euro

