

Mauro Morellini, l'editore che non ha paura delle donne... anzi



Ecco un editore che non se la prende, anzi. Un uomo atipico quello che pubblica guide ironiche e senza pudori per ammaestrare il maschio, per dire NO, per vivere la gravidanza fiere di avere ansie e dubbi. Si chiama Mauro Morellini e le sue autrici indomite e indomabili sono il suo fiore all'occhiello. Morellini editore ha infatti creato una vera e propria collana curata da giornaliste, professioniste, libere pensatrici che raccontano e consigliano come vivere al meglio il mondo di oggi, visto dalla loro parte: Pink Generation. Non solo, Morellini sembra davvero divertirsi alle presentazioni dove le leonesse delle guide in rosa non risparmiano colpi bassi ai mariti, compagni, colleghi, capi ed amici.

Morellini, come nasce la collana Pink?

Sin da ragazzo sono stato abituato a vedere le cose dal punto di vista femminile: le mie migliori amicizie dell'adolescenza, quelle in cui si parlava dei massimi sistemi fino a notte fonda, erano in gran parte femminili, e mi hanno accompagnato da allora. Decisiva probabilmente la parrucchiera Nara, dove andavo a tagliarmi i capelli: passato qualche minuto le altre clienti si dimenticavano che "ci fosse un uomo tra loro" e si lasciavano andare a raccontare le cose come probabilmente non avrebbero mai fatto in presenza maschile. Il pianeta donna, però, ha ben poco spazio sui media e in generale nel "raccontare" la società. Quando si è aperta una breccia con il successo, da una parte, della Chick Lit di Kinsella e Bridget Jones, dall'altra di Sex and the City, la prima serie che raccontava il sesso al femminile, mi è sembrato che fosse giunto il momento per una collana di manuali interamente al femminile: a tutt'oggi l'unica in Italia, con ben 40 titoli dal fitness al sesso, dal viaggio alla maternità.

Dove e come le ha trovate le sue autrici dalla penna aguzza e dallo smagliante sorriso?

Sono entrambi requisiti indispensabili per chi scrive nella collana: indicazioni utili e contenuti originali e innovativi, ma sempre con un pizzico di leggerezza e ironia. Per avviare la collana ho dovuto attingere al mondo francese e inglese, dove la donna sembra avere un po' più di spazio per dire la sua: ma il successo dei primi titoli come "La guida al sesso" oppure "Uomini istruzioni per l'uso" ha fatto da catalizzatore per un agguerrito drappello di giornaliste e scrittrici brillanti, competenti, argute ed entusiaste: un ingrediente, quest'ultimo, che dovrebbe far parte di ogni progetto.

Pink e non solo: anche le sue guide low cost vanno forte, la sua ricetta?

Secondo gli addetti ai lavori, per

essere piccoli editori spaziamo un po' troppo, talvolta si chiedono cosa c'entrano gli scrittori africani della collana Griot con il Manuale della Viaggiatrice... In realtà quello che accompagna le nostre scelte è il desiderio di intercettare e documentare nuove idee, umori e tendenze... con l'ossessione dell'originalità. Di editoria turistica mi sono occupato da sempre, e dovendo interpretare una novità di questi anni, ho ritenuto opportuno occuparmi della nuova modalità di viaggiare suscitata dalle offerte di voli low cost: ponti o weekend lunghi in città dell'Europa, che magari fino a qualche anno fa neppure si erano sentite nominare. Con la collana low cost forniamo lo strumento ideale: guide pratiche, maneggevoli, economiche, in molti casi le uniche guide disponibili su quella città.

Guide rosa, viaggi per tutti, quindi, ma anche ecosostenibilità, vero?

...anche qui, cercando di interpretare un tema di attualità, sul quale tanti sono i libri in circolazione, in maniera nuova, con la collana "Il piccolo libro verde". Sono volumetti monografici su argomenti specifici: la casa, il bambino, il giardino, la cosmesi... ognuno contiene 250 consigli in pillole, molto pratici e facilmente attuabili da chiunque, per far bene sia al pianeta che al proprio portafoglio.

Come descriverebbe la donna di oggi?

Consapevole di sé e intraprendente, anche se poi le regole del mondo del lavoro e della divisione dei ruoli spesso finiscono per tarpare le ali alle aspirazioni femminili.

E l'uomo?

Da una parte ancora schiavo dei vecchi modelli tuttora proposti da media e pubblicità, dall'altra piacevolmente e fortunatamente "contaminato" da caratteristiche storicamente attribuite alle donne: ad esempio, i padri di oggi sono senza dubbio più presenti e più affettivi di un tempo nei confronti dei propri figli.

Qual è il suo prossimo obiettivo?

Cosa quanto mai inconsueta per l'editoria italiana (a parte ovviamente i grandi scrittori di narrativa), stiamo iniziando a esportare i nostri contenuti negli Stati Uniti, Inghilterra, Francia: mi piacerebbe continuare questa inversione di tendenza. Guardo inoltre con molta attenzione alle nuove modalità di distribuzione dei contenuti per via digitale: molti nostri ebook sono già disponibili su bookrepublic.it, e da nostri libri sono nate diverse applicazioni per iPhone, Nokia, Windows Mobile.

Francesca Sassoli

