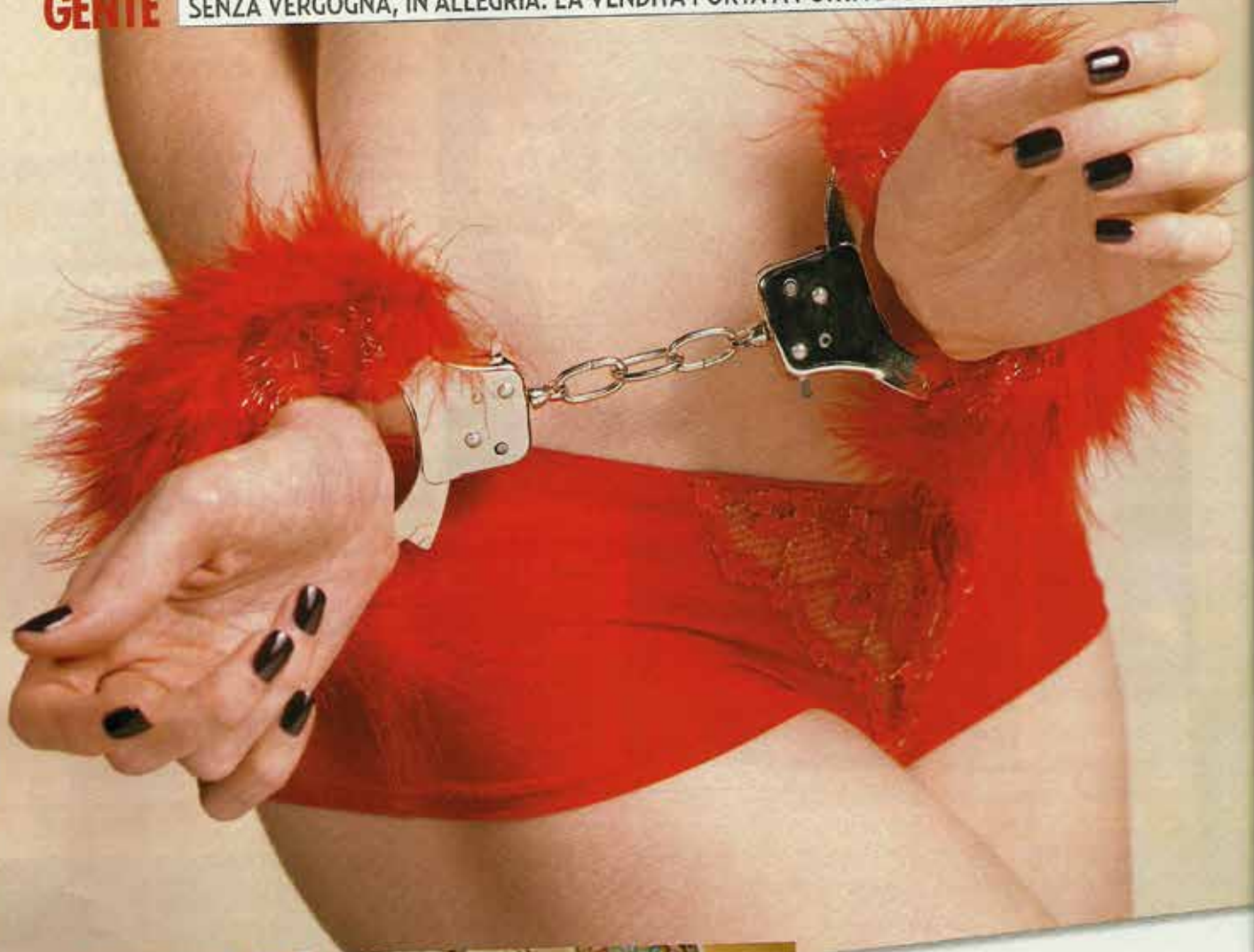


GENTE

SENZA VERGOGNA, IN ALLEGRIA: LA VENDITA PORTA A PORTA DI SEXY GADGET FA BOOM



UN SET PER IL DIVERTIMENTO MA CON UN OCCHIO ALLA SALUTE

Una consulente de La Valigia Rossa, sistema di vendita porta a porta di gadget sexy, mostra gli articoli che proporrà alla riunione di possibili acquirenti. Ci sono olii da massaggio, giochi erotici, manette (in alto), ma anche preservativi "rosa" anti-infezioni.

di Raffaella Case

Csi ritrova in salotto, tra un tè e un pasticcino, con marito e figli fatti strategicamente uscire per una passeggiata. Le venditrici espongono la merce, le potenziali clienti, amiche e amiche di amiche, vicine di casa e colleghe, parenti strette e compagne del corso di zumba, tutte donne tra i 25 e i 60 anni, annuiscono, ridacchiano, quando non capiscono chiedono.

E in effetti non tutto sempre è chiarissimo. Perché in queste sedute di vendita porta a porta tra signore non si acquistano più maschere e creme antirughe, batterie di pentole e favolosi contenitori tupperware. Figlie dei tempi, queste riunioni hanno per pro-

TUTTE DA ME STASERA SCOPRIAMO L'EROS

UN TEMPO CI SI DAVA APPUNTAMENTO IN SALOTTO PER CREME E DETERSIVI. OGGI PER CORREDI DI PIACERE. «MA È ANCHE L'OCCASIONE PER CONFRONTARCI SULL'INTIMITÀ»



UN GIOCO DA RAGAZZE

Hanno tra i 25 e i 60 anni le partecipanti a queste vendite sexy. A sinistra, Cristina Luzzi, 50, che nel 2010 ha portato in Italia La Valigia Rossa, marchio specializzato.

tagonista il mondo dell'eros. Così, uno dopo l'altro, vengono sistemati sul tavolo del pranzo della domenica candele profumate, olii per massaggi e biancheria intima hot, ma anche oggetti più specifici per il piacere in rosa, da, abbiate pazienza ma di questo stiamo parlando, vibratori a palline da geisha a preservativi femminili. Palline come? Preserva-che? Non siamo per niente ferrate, le domande dobbiamo farle noi per prime.

«Le Geisha Balls», ci spiega Cristina Luzzi, direttrice de La Valigia Rossa, il sistema di vendita porta a porta di gadget erotici, nato da una costola della spagnola *Maleta Roja*, «sono un giocattolo che consiste in un paio di sfere in silicone, metallo o plastica, collegate tra loro da un filo. Uno degli uti- ►



TUTTE DA ME STASERA: SCOPRIAMO L'EROS

lizzi è l'inserimento in vagina: mentre si cammina si muovono, provocando piacere. Altro discorso il preservativo femminile, di cui la maggior parte delle donne ignora l'esistenza. Simile al condom per lui, ma più ampio, si mette come un assorbente interno e protegge dalle malattie sessualmente trasmissibili e dalle gravidanze indesiderate. Molte ragazze lamentano l'imbar-

**C'È ROSSO
LIMONE
CHE SI
RIVOLGE
A UOMINI
E DONNE**

razzo di chiedere al partner questa precauzione fondamentale: il profilattico "rosa" ci regala sicurezza e autonomia. Ed è questo che spieghiamo alle riunioni».

Questi incontri infatti sono orientati sì all'acquisto, ma funzionano anche come luogo di scambio di esperienze, paure, riflessioni sulla sessualità. «Arrivano signore che ci chiedono dove vanno a finire queste palline, sono convinte che l'utero sia infinito», spiega Luzzi, che nel nostro Paese è la pioniera del settore, avendo avviato la sua attività nel 2010.

Ma oggi il *social selling*, la vendita in salotto di questo tipo di prodotti, vive un vero e proprio boom e le attività a tema spuntano come funghi. C'è la veneta Amame Maiko, che in un anno ha formato 18 consulenti, con un fatturato di 50 mila euro. La romana 69Tuppersex, che fa il verso ai mitici *tupperware*, la siciliana Salotto Rosa, la unisex Rosso Limone, una vera novità nel settore, che offre consulenze sul benessere sessuale della coppia, coinvolgendo marito e moglie.

Viene da pensare che il sesso non vada mai in crisi. «Un po' è così», conferma Cristina Luzzi. La sua Valigia Rossa vanta un fatturato di 400 mila euro per 10 mila



SPIGLIATE E SENZA TABÙ
Due ragazze del team La Valigia Rossa. Per essere assunte devono essere «spigliate, ironiche e prive di tabù», dice Cristina Luzzi.

clienti, con 105 consulenti. Che numeri! «C'è da fare un ragionamento generale: la mancanza di lavoro spinge molte donne a cercare una via alternativa per arrotondare il budget familiare, e un'attività come questa ben si concilia con le esigenze di una mamma e moglie. Poi, andando sul filosofico, si può dire che la crisi spinge a riflettere sul vero valore delle cose che abbiamo, e sull'importanza, spesso dimenticata, di alcuni aspetti della nostra vita. *In primis* la sessualità, la nostra sfera affettiva».

Tornando con i piedi per terra: cosa mi serve per diventare consulente? «Una base di 500 euro che comprende il corredo del pia-

cere e un corso di formazione di due giorni. Il corredo è diviso in tre aree tematiche: atmosfera (candele e olii), gioco (palline e gadget vari), salute (preservativi "rosa"...).

L'età media delle consulenti? «La maggioranza ha sui 45 anni: serve esperienza, vita vissuta, per riuscire ad ascoltare come si deve le altre donne, le loro problematiche, che quando diventano "malattie" devono però seguire altri canali. Noi selezioniamo le aspiranti venditrici con colloqui specifici. Le richieste crescono di giorno in giorno, ma non accettiamo tutte, non è una questione di *business*, bisogna essere portate per fare questo lavoro». Caratteristiche indispensabili delle vostre ragazze: «Spigliate, aperte, prive di tabù, ironiche e flessibili».

Vi riconoscete? Sotto, tocca a voi.

Raffaella Case

