

# Le ragazze con la VALIGIA ROSSA

EROTISMI/1

*Dopo milioni di clienti (soddisfatte) in Spagna e Usa, le venditrici di sex toys a domicilio ci provano con l'Italia. Sarà un successo?*

di Eva Grippa Foto di Luca Locatelli

Ore 9, conferenza: "La sessualità spiegata ai bambini". Ore 11, prova pratica: "Massaggio di coppia". Ore 12, *coffee break*. A seguire, i workshop: "Sesso orale" e "Sesso anale". È il programma della prima convention di ValigiaRossa, azienda per la vendita a domicilio di sex toys. Funziona esattamente come Worker, Tupperware e simili: una signora apre la sua casa a un gruppo di amiche e, tra un tè e un pasticcino, lascia la scena a lei. La rappresentante. Con competenza, ironia e un certo *savoir-faire* propone il contenuto della propria valigetta. In vendita però, non sono aspirapolvere o contenitori sottovuoto, ma preservativi, lingerie commestibile e altri gadget per il sesso e l'autoerotismo. Lo chiamano tuppersex, è nato in America ed esploso in Spagna, dove ci sono decine di aziende e centinaia di rappresentanti. La MaletaRoja, leader del settore, vanta un milione di clienti ed esporta il format in paesi latini come Portogallo, Uruguay, Messico, El Salvador. In Italia è arrivata circa un anno fa, col nome ValigiaRossa, e conta già 40 consulenti in 29 province. La convention di Casale Monferrato le ha radunate tutte per la prima volta, e per due giorni la provincia di Alessandria si è colorata come Pleasantville.



Alcune delle protagoniste della prima convention di ValigiaRossa, azienda leader nella vendita di sex toys a domicilio. Da sinistra (escluse quelle a "viso coperto"): Anna, Marzia, Cristina, Isabella, Doriana, Reyes e Maria.

Come funziona il **tuppersex** ce lo racconta Beatrice, modenese 32enne: «Niente annunci né pubblicità, solo riunioni tra amiche. Conta il passaparola». Per lei come per molte altre, questo è un secondo lavoro: lasciati mariti e figli a casa, escono con la valigia sottobraccio, piena di sex toys, lubrificanti, falli di varie dimensioni. Unica, imprescindibile regola di queste riunioni: niente uomini. «Il mercato erotico è incentrato su prodotti dedicati ai desideri maschili, e solitamente gli uomini non hanno problemi a fare acquisti in un sexy shop. La ValigiaRossa, invece, è un progetto concepito dalle donne per le donne», spiega Cristina Luzzi, italo-spagnola, 46 anni, direttrice della divisione italiana. È lei a selezionare le consulenti e organizzare il loro «piano di espansione». Come nemmeno in una partita di Risiko. «Per iniziare», interviene Simona, 38 anni, di San Benedetto del Tronto, «acquisti il kit base (500 euro, ndr), e poi lo personalizzi seguendo i gusti tuoi o delle clienti. Esempi? Costumi per giochi di ruolo, gadget per l'autoerotismo». «Ci sono 640 prodotti tra cui scegliere!», annuncia Katia, 36 anni, di Belluno, unica che riesce già a mantenersi con questo lavoro. «Mio marito e io gestiamo un B&B, ma il lavoro è stagionale. Con i sex toys si guadagna meglio», sorride. Ok, ma quanto? È Cristina a fare i conti per tutte: «In una serata circa 200-500 euro, e si vendono in media 10-15 prodotti. Chi ci si dedica a tempo pieno porta a casa circa 2mila euro al mese».

«Quante volte? Tre o quattro riunioni al mese, non di più», dice Doriana. Un bel ritmo comunque, considerato che ci sono coppie che fanno sesso con minor frequenza... Il «primo assaggio» della sua valigia offre «prodotti di cosmesi commestibile: olii e creme da spalmare, rossetti per la fellatio. Le signore provano un po' tutto, ridono, si leccano le dita... Se tirassi subito fuori subito un grosso dildo rimarrebbero atterrite».

«Ci si riunisce spesso nel pomeriggio», racconta Sonia, 37 anni, da Rosta, in provincia di Torino. «Prima di anda-

**Natalia, 27 anni, sessuologa, responsabile dei consulenti. L'interno di una ValigiaRossa.**



*«No, anche questo no!», ha detto il marito di Doriana la prima volta che lei ha aperto la valigia a casa*

re a prendere i bambini a scuola». Ma questa sexy-massoneria sa ingegnarsi per trovare anche spazi e luoghi diversi: «Il lunedì è giorno di riposo per il negozio di parrucchiere, a volte ci vediamo lì». Parlare di sessualità, però, non è facile ovunque. Prendi la Sardegna: Doriana confessa che «se dovessi andare di porta in porta sarebbe difficile perché la mentalità da noi è ancora molto chiusa. Chiedo sempre alle signore: praticate la masturbazione? Dovete imparare a conoscervi, per insegnare ai vostri mariti come siete fatte». Katia, invece, per mesi ha girato alla larga dalla provincia di Belluno per non incontrare persone conosciute. Ma, si sa, le voci girano, e alla fine ha deciso di fare outing. Con conseguenze disastrose. «Altro che giudicarmi! Vicine e conoscenti mi contattano su Facebook, telefonano, si precipitano fuori di casa coi bigodini in testa quando mi vedono passare per strada. In provincia è così, le donne hanno più tempo, sono curiose, hanno voglia di sentirsi "moderne"». Suo marito grazie alla ValigiaRossa ha acquistato notorietà: «Ogni tanto nella sua bottega da calzolaio entrano uomini per dargli "L'altra sera mia moglie ha incontrato la tua... Fortissima questa cosa... Finalmente ci divertiamo!"». «No, anche questo no!», ha invece esclamato il marito di Doriana quando ha gettato un primo sguardo alla valigia aperta. «Non ti lamentare, poi, se ti tocca pagarmi uno psicologo», ha fatto eco il figlio, 18enne. «Mio marito è geloso. Ancora non ha digerito il fatto che, come hostess, sia sempre in giro, figuriamoci questo. Però la ValigiaRossa ci sta facendo crescere come coppia. E anche mio figlio alla fine trova la cosa divertente, parla liberamente di sessualità in casa e vende preservativi tra gli amici». Le bambine di Katia (8 e 9 anni) «a scuola hanno fatto dei bei disegni della mamma con la valigia: pensano vada a insegnare anatomia alle signore grandi come la maestra fa con loro».

**Il neomarito di Simona è stato un fan fin da subito:** «È il lavoro perfetto per te», le ha detto, convincendola a entrare nel team. Al momento si stanno godendo la luna di miele in California in compagnia del «pacco sposa» riservato all'occasione: «Tanga di caramelle, guanti di raso lunghi e boa di piume stile burlesque, cioccolato per tatuaggi e vari giochi «da letto» per coppie». «Perché i prodotti bisogna testarli, sennò come si fa a raccontarli alle clienti?», dice Lucia, 37 anni e 2 figli lasciati a Torino, dove vive. Crede nel progetto della Valigia ma preferisce «non metterci la faccia» (al contrario delle altre, ritratte in queste pagine) perché lavora come responsabile delle Risorse Umane in un'azienda metalmeccanica e teme l'incomprensione dei colleghi, maschi e maschilisti. «Mio marito arriva la sera a casa e chiede: «Che c'è di nuovo?». Non si interessa più alla cena». Anche perché, in freezer, troverebbe i lubrificanti. «Me l'ha suggerito una cliente. Grande idea, è uno degli articoli più venduti». Anche se i veri bestseller sono altri. L'uovo vibrante, per esempio. «È quello del fumetto di Milo



*«Questo suona al metal detector?», chiede la cliente di Lucia fissata con i controlli all'aeroporto*

Manara», spiega Lucia. «Lo inserisci nella vagina e lo azioni con un telecomando, che puoi dare in mano a chi desideri...». Cristina suggerisce di sperimentarlo «durante la cena di Natale», Doriana preferisce «al ristorante, durante l'ordinazione al cameriere» (effetto *Harry-ti-presento-Sally*), Simona lo usa per puro intrattenimento: «Invito le signore a provarlo davanti a tutte, ma sopra i jeans. Si ride molto».

**Le clienti di Beatrice**, invece, preferiscono «profumi e lozioni ai feromoni, sostanze chimiche prodotte dalle ghiandole sudoripare di alcuni animali per attrarre esemplari di sesso opposto». In pratica, ti metti addosso l'odore dell'amore e spera che il tuo lui (o la tua lei) abbia un naso abbastanza fine per accorgersene. Anche Sonia ne vende molti: «Certo, deve esserci già coinvolgimento tra le parti: non fa che amplificare i feromoni naturali. Le creme costano 37 euro, i profumi meno (20) ma la dose basta per un solo appuntamento». Con un vero plebiscito, però, le intervistate concordano: l'*Ice breaker* (rompighiaccio) è l'oggetto che piace di più. Appartiene alla specie dei «coniglietti», stimolatori di clitoride. L'argomento merita una digressione: non si può parlare di coniglietti senza aver visto la puntata di *Sex and the City* sul tema, quindi andate su Youtube, digitate «Sex and the city il coniglio» e gustatevi la scena.

«È simpaticissimo», dice Sonia. «Oltre a vibrare, stimola l'interno della vagina con una collana di perline e ruota perfino su se stesso. L'uomo non riesce mica a farlo!». Costo: 40 euro. Per molto meno (25) si può avere *Lians pot*, «stimolatore per clitoride o perineo. Può essere tenuto anche durante il rapporto (lei sotto, lui sopra) per dare piacere a entrambi. Costa poco, molte lo comprano anche solo per curiosità». Le più esperte, invece, scelgono «vibratori di design, da 80, 90 euro. Tra i più tecnologici, *Eclipse*, modello «spaziale» rosso trasparente con palle metalliche che girano all'interno», continua Sonia, precisa come un ingegnere.

**Chi sa perfettamente dov'è il punto G è «Piccolo**, vibratore da borsetta fatto per arrivare lì e non oltre. Contrariamente a quel che pensano gli uomini, non è questione di lunghezza ma di precisione», Doriana è sicura. Interrogate sugli og-



**Da sinistra: Cristina Luzzi, 46 anni, direttrice di ValigiaRossa, Doriana, 44, venditrice part time di Cagliari. Sotto: Dea, consulente.**



getti più strani, invece, le intervistate si dividono. Cristina: «Il *Gloss divino oral*, la mano vibrante, lo stampo per il pene del partner e il *Feel Mont Blanc* (stimolatore per il clitoride)». Sonia: «La paperella vibrante per il bagno». Sonia: «Lo *Sqweel*, scatolina con 10 lingue rotanti per l'autoerotismo o giochi di coppia» (questo merita un'altra googolata. Preparatevi a fare «ooohhh»).

«Era una riunione fin lì noiosissima», racconta Sonia quando chiedo degli incontri più bizzarri. «Tiro fuori un gioco ed ecco che la 60enne che tutta la sera se n'era stata in un angolo col suo tailleur lancia l'invito: «Mio marito ed io ci giochiamo sempre, dovrete

venire anche voi in questi locali per scambisti»». Cristina, ricorda quando è stata «invitata dalla presidente di una diocesi a una bicicletta, con sosta per esplorare il contenuto della ValigiaRossa». Doriana ha dovuto chiedere a una cliente di restituire un *gloss* per la fellatio: «Era allergica al mentolo: sarebbe accaduto un disastro!». Tra le clienti di Lucia ce n'è una «fissata con i controlli all'aeroporto. Chiede sempre: «Questo suona al metal detector?», e un'altra che al partner troppo dotato ha consigliato «l'anello che blocca il pene riducendo la penetrazione».

**Ma il classico condom, signore?** Sonia ne mostra uno fluorescente. «Non ci interessa tanto venderlo, ci giochiamo durante le riunioni tra ragazze giovani per ricordare loro di fare sesso sicuro. Abbiamo anche il preservativo femminile, che protegge dal papilloma virus. Invitiamo sì le donne a giocare, ma anche a volersi bene e proteggersi». Accanto alla parte ludica, infatti, le rappresentanti offrono prodotti per la salute sessuale. «Come le coppette mestruali, alternativa bio all'assorbente femminile, e le palline geisha che servono ad allenare il pavimento pelvico evitando prolapsi e incontinenza», spiega Natalia, 27 anni, sessuologa cilena e responsabile dei consulenti. E perfino il sostegno di una rete di specialisti: ginecologi, ostetrici, sessuologi. «Ecco perché non temiamo la concorrenza dei nostri competitor». Che poi sono due, in Italia: Il Salotto Rosa e Love Factory.

**«A Parma portiamo la ValigiaRossa** nel reparto Ostetricia dell'ospedale, tra pazienti che affrontano in maniera problematica il sesso dopo la gravidanza. A Cuneo, invece, abbiamo avviato un tutoring di coppia sul tema sesso e sclerosi multipla assieme all'AIMS (Associazione Italiana Sclerosi Multipla) e presto avvicineremo le pazienti malate di leucemia. È importante continuare ad avere una vita sessuale in situazioni difficili e vivere con leggerezza i momenti di intimità». Il sorriso torna quando viene annunciata in gran segreto la grande novità della convention di Casal Monferrato: lo Zainetto Rosso, che secondo indiscrezioni sarà una versione della Valigia destinata all'educazione sessuale nelle scuole. Cosa ci sarà dentro?