

## LE DONNE ALLA SCOPERTA DELL'OGGETTISTICA EROTICA

*«Ne abbiamo parlato in ufficio con le colleghe. Ci abbiamo scherzato su, com'è naturale. E abbiamo provato, curiose di capire cosa fossero questi ovetti e queste paperelle».* Genny, impiegata di 38 anni, è una delle donne conquistate da "La valigia rossa": un fenomeno che sta facendo discutere anche nel Pinerolese e nella cintura di Torino.

**UN FENOMENO CHE ARRIVA DALLA SPAGNA: LA VENDITA PORTA A PORTA COINVOLGE DONNE DI OGNI ETÀ. LUCIA, CONSULENTE DI 43 ANNI: «LE PIÙ "BLOCCATE" SONO LE VENTENNI. PUNTIAMO A CREARE UN'ATMOSFERA DI COMPLICITÀ, SENZA LA MINIMA VOLGARITÀ»**

Si tratta di un sistema di vendita porta a porta di oggettistica erotica dedicata all'universo femminile. Un'idea che arriva dalla Spagna e che si diffonde grazie a Internet. Bandita ogni volgarità, nessun approccio da pornostar: l'azienda iberica che ha lanciato l'iniziativa sa bene che l'universo femminile chiede discrezione, rispetto, sensualità, coinvolgimento, condivisione. *«Ciò che mi è piaciuto è l'approccio della consulente. E l'immediata complicità che si è creata tra tutte noi»*, conferma Genny.

Per capire, bisogna partecipare. "L'Eco mese" l'ha fatto. Non a caccia di particolari pruriginosi. Ciò che ci interessa è comprendere le dinamiche che spingono un gruppo di amiche - di età compresa tra i 26 e 55 anni - a contattare una venditrice de "La valigia rossa".

### IL TROLLEY ROSSO

La prima sorpresa è proprio lei, l'incaricata: Lucia, 43 anni, impiegata in un'azienda di Torino, laureata in Fisica, di bell'aspetto. Entra con l'immane trolley rosso e si presenta così: *«Mi interesso da sempre di questioni femminili, di difesa dei diritti delle donne in ambito professionale»*, premette. *«La mia esperienza con la valigia rossa nasce per caso, nell'estate del 2010. Ero in vacanza e mi svagavo su Internet: su un forum femminile si accennava a quest'iniziativa. Da un link all'altro, sono finita sul sito della "Valigia" ([www.lamaletaroja.com](http://www.lamaletaroja.com)). Ho*

# UNA VALIGIA CONTRO I TABÙ



© Edyta Pawlowska - Fotolia.com

letto che cercavano consulenti. E mi sono proposta».

Alla mia telefonata con la direttrice è seguito un appuntamento, quindi la proposta di partecipare a due giornate di formazione: «Solo dopo, disse, avremmo capito se fossi stata adatta al ruolo».

Non immaginatevi un multilevel market, cioè una struttura a piramide dove chi sta ai livelli superiori guadagna sul lavoro di chi sta sotto: «La filosofia dell'azienda è completamente diversa. Ognuno si sente libero, non ci sono obiettivi di vendita».

Altra differenza netta, quella con i sexyshop: «Prima di tutto, è diverso l'approccio. La formazione dei consulenti è affidata a una sessuologa. Inoltre "La Valigia rossa" porta avanti iniziative e progetti pensati a vantaggio di persone disagiate, in difficoltà, come ad esempio le donne che soffrono di sclerosi multipla. Non solo: si collabora con

associazioni come la Lila per promuovere l'utilizzo dei metodi contraccettivi contro l'Aids».

## PROFESSIONALITÀ

Un approccio alla sessualità professionale: «Inoltre dedichiamo alle partecipanti molto tem-

po, per capirne le esigenze. L'interazione è continua. Con questo non voglio demonizzare i sexyshop, che nell'ultimo periodo si sono evoluti: dico solo che noi siamo diverse», sottolinea Lucia.

Altra definizione ingesta: le "tupperware del sesso". «Non vendiamo solo prodotti. Offriamo anche una consulenza psicologica».

Non sempre, infatti, è facile superare i pregiudizi,

i pudori: «Le difficoltà maggiori le riscontro con le ventenni: sono meno spontanee, meno pronte a confrontarsi sulla sessualità. Con le donne più adulte, che costituiscono la maggior parte



Alcuni degli oggetti contenuti nella Valigia rossa.

della clientela, è più semplice creare complicità. L'aspetto che mi coinvolge di più della mia attività è proprio questo: arrivare a casa di donne sconosciute e aprire le porte a un mondo che per loro era nascosto, utilizzando un metodo che miscela aspetti formativi e di puro divertimento».

Donne sole, donne sposate, madre con figlie... «L'unica regola è che agli incontri partecipino solo donne: i maschi sono esclusi, affinché si crei più facilmente un clima di naturalezza e di ironia».

A proposito di uomini: il marito di Lucia ha posto degli ostacoli alla sua attività? «Assolutamente no! Anzi, mi ha stimolato a intraprenderla. Anzi, credo che la cosa interessasse molto anche a lui». Conciliare lavoro e famiglia con quest'attività supplementare non è facile: «Occorre organizzarsi. In genere gli incontri della Valigia durano 2-3 ore, preferibilmente la sera».

E alla fine cosa si vende di più? «Dipende dal momento. Ora sono molto gettonati gli stimolanti femminili e i prodotti per la salute come le "palline" per l'allenamento pelvico».

### BENESSERE FISICO

Una parte dell'oggettistica in catalogo, infatti, è destinata al benessere. Il coinvolgimento sessuale,



La vendita avviene dopo una serata di scambio e interazione.

la piena soddisfazione delle proprie esigenze, è anche una questione fisica, di allenamento, di sviluppo muscolare nella zona genitale.

«Io sono una salutista. E alcune delle cose mostrate sono utili per il benessere della persona», conferma Rosalba, 55 anni, impiegata, al termine dell'incontro. La coetanea Mirella, invece, pone l'accento sul divertimento: «Mi è piaciuta l'atmosfera. Non ho visto nulla di volgare o di fastidioso».