

cosa c'è dietro

Crolla Wall Street, datemi un **sex toy**

Tempi di crisi anche a letto. Così i giochi d'amore diventano business

DI SIMONE SPETIA

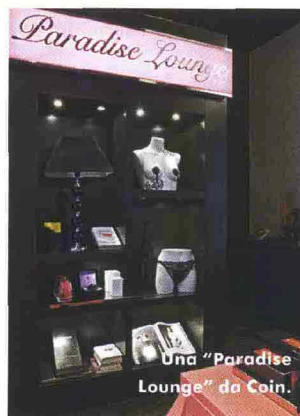
Boutique dell'eros

A Babeland, negozio di sex toy con sedi a New York e Seattle, le vendite sono aumentate del 25 per cento rispetto a un anno fa. Nelle nuove boutique dell'eros del pianeta, per esempio da Coco de mer (negozi a Londra e Los Angeles), si registrano incrementi simili. Molti operatori del settore e giornalisti economici collegano il buon andamento delle vendite alla crisi economica: gli uomini afflitti dalla recessione hanno più difficoltà a letto, le donne si rivolgono ad altro o cercano di ravvivare la coppia con qualche diversivo al sesso tradizionale. In realtà il business dell'intimo un po' più audace e di vibratori e affini sta esplodendo da ben prima della crisi.



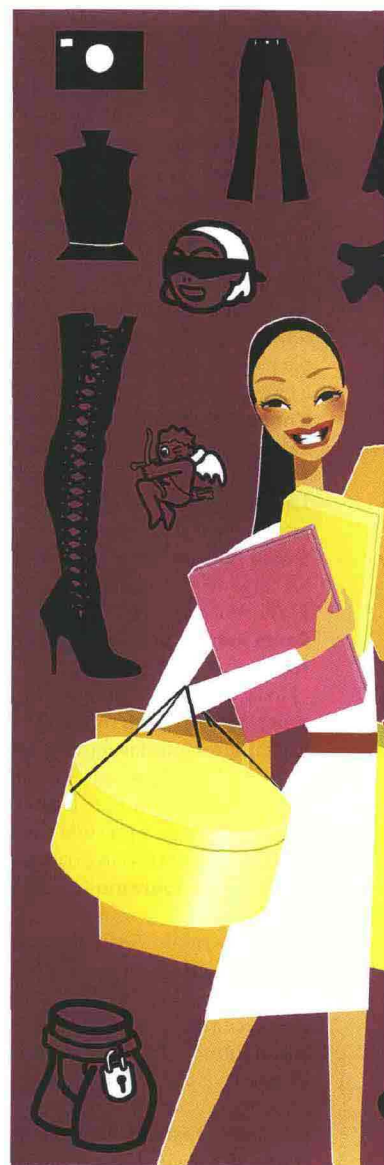
Con un tocco di bacchetta magica

In principio fu la Hitachi. L'azienda giapponese ha sempre sostenuto che la sua "magic wand" (bacchetta magica) fosse un massaggiatore per corpo e spalle. L'uso che ne veniva fatto era molto diverso. Le cose sono cambiate, tanto che un altro produttore di elettronica di consumo, la Philips, ha deciso, intravedendone le potenzialità, di gettarsi in questo mercato. Secondo i vertici del colosso olandese vale almeno un miliardo di dollari. E si è deciso di partire con la vendita dei massaggiatori dalla Gran Bretagna, dove ne vale 130 milioni e dove il 43 per cento delle coppie dichiara di farne uso.



Altro che condom

Un'altra multinazionale, la Durex, ha scommesso sul fatto che i veri margini di profitto non fossero più nel "safe sex", ossia nei preservativi, ma nel "sexual wellbeing", il benessere sessuale. Anelli vibranti, stimolatori, gel lubrificanti e da massaggio rappresentano una scommessa vinta: nel semestre che va da marzo a settembre, mentre le vendite di preservativi crescevano del 7 per cento, quelle degli altri prodotti facevano segnare un incremento del 27 per cento. Prodotti che si trovano anche nelle farmacie, in certi supermercati, o si possono comprare in internet. Ad esempio su amazon.com che sotto la voce "Adult toys" presenta oltre 18 mila prodotti.



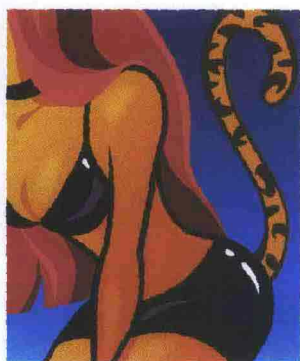
Shopping in paradiso

Così anche in Italia i sex toy si stanno lentamente sdoganando, perché in molti vedono che c'è mercato. La Rinascente, accanto ai completi sexy Madame V o Agent Provocateur, presenta frustini e similia. Da Coin, forse con un po' più di audacia, sono state aperte le "Paradise lounge". Sono una sorta di privé della sezione intimo femminile, affidati all'azienda italiana My Yo Yo. «È un segno dell'adeguamento al cambiamento della cultura», dice Francesco Sama, direttore generale di Coin. «Ospitiamo storie e tendenze che sono lo specchio delle abitudini socioculturali. Ci adeguiamo: quel che poteva sembrare azzardato qualche anno fa oggi fa parte del costume».



Per San Valentino ti regalo...

«Certo, non sono questi spazi che garantiscono la redditività al gruppo», dice ancora Francesco Sama, «le vendite sono spesso legate a momenti commerciali particolari, come San Valentino o il periodo natalizio». Il punto però è un altro: «Non diminuisce il fatturato del resto dell'intimo, non va a "mangiare" altri prodotti». Cifre assolute il direttore generale non ne può fornire, ma dice che «nei punti vendita dove ci sono questi corner, pesa per più del dieci per cento sul totale dell'intimo. Equamente diviso: una metà è lingerie sexy, l'altra sono sex toy, libri e affini».

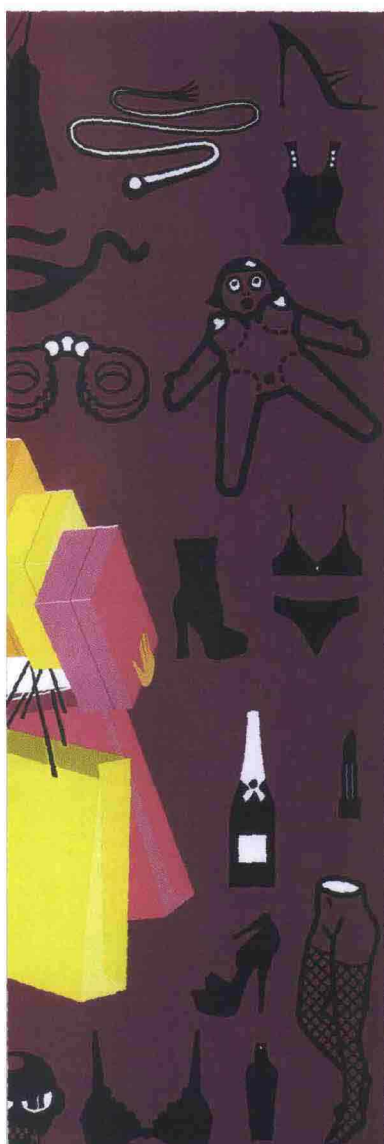


Vibrazioni a 24 carati

A testimonianza di come anche in Italia tutto questo stia diventando un business, c'è la vicenda di My Yo Yo, l'azienda alla quale Coin si è rivolta per la gestione di questi "angoli del piacere". Nata meno di un anno fa, vende lingerie audace, sex toy, gel lubrificanti e libri. Ma ad alto livello. Lara Jumhana Motta, anima di My Yo Yo, spiega che «stanno arrivando richieste da tutto il mondo» e di non temere la crisi «perché questo è un luxury brand». Tra i prodotti di punta, uno stimolatore placcato oro a 24 carati da 900 euro circa. «Gli accessori in oro o argento», dice Motta, «sono per pochi. L'oggetto più venduto, nelle sue diverse versioni, sono le Boules De Geisha (per tonificare i muscoli perineali, ndr)».

Piaceri di gruppo

In Europa, inglesi e tedeschi a parte, l'Italia è stata preceduta dalla Francia. Da un paio d'anni, i nuovi giochi per adulti (della Durex, appunto) si trovano nei grandi magazzini Printemps e nella catena di parafarmacie Parashop. In Spagna il fenomeno ha addirittura creato una nuova figura lavorativa: 115 rappresentanti di una catena di sexy shop girano per le case con una valigetta e organizzano dimostrazioni per gruppi di signore. Si chiama "tuppersex", per richiamare le dimostrazioni casalinghe dei contenitori per alimenti. A digitare la parola su Google si ottengono quasi 600 mila risultati.



DR(7), Getty(2)