

# Nei grandi magazzini la nuova vita dei sextoys

Da Coin alla Rinascente ai distributori automatici nelle toilette  
Anche in Italia i giocattoli erotici arrivano a un pubblico vasto

MARIA CRISTINA RIGHI

**A** Londra, Parigi, New York, Madrid e Barcellona le boutique più innovative hanno già da tempo proposto i nuovi oggetti del desiderio del pubblico femminile (e non solo), i sextoys dalle forme più fantasiose. Ma anche in Italia qualcosa sta cambiando. Dopo l'ingresso della linea "Play" della Durex nelle farmacie, i sextoys e tutta l'attrezzatura per l'immaginario erotico arriva nella grande distribuzione: da Coin alla Rinascente fino alle macchinette automatiche nelle toilette per signore.

Al settimo piano del rinnovato Coin milanese di piazza 5 Giornate è nata la "Paradise Lounge" dove oltre all'intimo sexy si trovano prodotti per il corpo commestibili, kit per lo spogliarello, con manette e copricapezzoli decorati da strass ma anche diversi modelli di sextoys. «Non è un tradizionale sexy shop — spiega Patrizia Pinato, category intimo per Coin — La scelta è orientata verso brand con un contenuto di seduzione e divertimento elevati». La Rinascente invece ha puntato sull'intimo sexy (coordinato a mascherine e fruste) di Agent Provocateur e di Madame V. Sul fronte distributori automatici invece, la linea My-

yoyo sta facendo il suo ingresso nelle toilette delle signore dei locali più trendy (partendo da Milano) fino ai centri benessere e perfino nei distributori di benzina. Nei distributori è possibile scegliere tra diversi prodotti (tra sei e venti euro): il gioco dei dadi dell'amore, il vibratore da viaggio, l'anello vibrante, il gel lubrificante, le boules de geisha (per tonificare i muscoli perineali) e la papera vibrante waterproof. Ma la giovanissima e italianissima My-yoyo ha grandi progetti come l'apertura di boutique monomarca, una linea di intimo e di cosmetici sensuali.

Per capire la portata del fenomeno dei giocattoli erotici basti pensare che alla fine del 2004 solo il 7% degli italiani dichiarava di utilizzare un vibratore, contro il 45% di inglesi, americani e australiani. Ora il 67% delle donne italiane sa che cosa sono, il 4% li usa da sola, il 28% li usa in coppia. Circa sei su dieci (58%) pensa che sia accettabile la presenza nei negozi tradizionali di accessori per migliorare la vita sessuale (Durex Global Sex Survey). Insomma sembra finalita' eradei vecchisexyshop senza vetrine, frequentati quasi esclusivamente da un pubblico maschile. Perfino le star sono state avvistate a fare shopping proibito, come Gwyneth Paltrow, Madonna, Liz Hurley e la coppia Victoria e David Beckham colpiti

dalla collezione Agent Provocateur, nella boutique-boudoir londinese di Serena Rees e Joseph Corre, il figlio di Vivienne Westwood. Alcune boutique (come la londinese Sh!) hanno vietato l'ingresso ai clienti di sesso maschile, ammessi solo se accompagnati da una donna.

Apripista al successo di questi accessori è stata Sex & the City, serie tv cult negli Usa e poi in Europa, Italia compresa. Le quattro protagoniste hanno abituato le donne a non considerare i sextoys un oggetto proibito ma anzi a portarli in una borsetta firmata o a esporli su un mobile. Infatti molti sextoys sono opera di famosi designer, come Marc Newson, Tom Dixon, il direttore creativo di Habitat, Marie-Ruth Oda, la scultrice Tara Cottam. Tanto che un tempio dello stile come il milanese 10 Corso Como è stato tra i primi a proporre i sextoys di design. Molte delle boutique che vendono i sextoys sono frequentate da giovani coppie alla ricerca di qualche emozione in più, a dimostrazione che questi accessori possono diventare un divertente gioco di coppia. Ma chi sono le donne che acquistano i sextoys? Un team di studenti del corso di Consumer Culture Theory (Laurea Specialistica in Marketing Management della Bocconi) con il docente Luca Visconti ha messo a fuoco l'i-

dentikit attraverso una ricerca con interviste a un campione di oltre cento donne, provenienti da tutta Italia fra i 16 e i 45 anni. Tre intervistate su 4 hanno dichiarato di fare uso di sextoys, il 13% quotidiano. I sexy shop sono il luogo d'acquisto più utilizzato (56%), non ancora superato da quelli virtuali (36%) mentre le boutique specializzate (6%) sembrano ancora un fenomeno di nicchia. Il 54% del campione ha acquistato oggetti erotici per fare un regalo alle amiche. «Sono ragazze che hanno respirato un'aria non legata al senso di colpa e questo ha permesso lo sviluppo di una sessualità legata a realizzazione e conoscenza — dice Chiara Simonelli, psicossessuologa all'università La Sapienza di Roma — Ragazze aperte, ironiche che propongono il profilattico a chi ha rapporti sessuali con loro la prima volta. Ma anche donne tra i 40 e i 50 anni che hanno vissuto l'epoca della grande rivoluzione sessuale. In generale le donne negli ultimi anni hanno letto e parlato molto di sessualità. Sono molto informate. Si è parlato molto di diritto alla sessualità senza falsi pudori e i sextoys sono uno spunto, un pretesto per trasgredire e divertirsi. Le più giovani li trovano uno strumento per conoscere meglio il proprio corpo e per conoscersi. Questi oggetti possono poi diventare un gioco per la coppia».

## NUDI & CRUDI

### DALLA PARTE DELLE DONNE

**C**on sei euro, roba di massima lussuosa estasi! Ai distributori di benzina, tra i luoghi più arrapanti che si conoscano! Il famoso vibratore satinato da viaggio, a 140 l'ora forse, l'anello vibrante, chissà in curva! Insomma basta col sesso domestico, spesso rallegrato solo da body leopardati, ormai insufficienti a destare il minimo brivido lubrico non solo a mariti e conviventi, ma alle signore stesse; che in un momento di buon umore li hanno acquistati e poi se ne sono subito pentite. Non tanto per lo scarso successo casalingo, quanto perché sono proprio loro, le signore, a non avere alcuna voglia di giochi faticosi, avendo appena finito di faticare, dopo il lavoro, con bagnetto cena e letto per i piccini, poi cena per lei e compagno, con litigi vari su varie reciproche mancanze. Ma il mercato si sa è spietato, e conta soprattutto sulla debolezza femminile, sui loro sogni di sottomessa dominatrice. Però se anche l'erotismo meno missionario diventa shopping femminile, sarà quasi impossibile trovare un uomo disposto ad esserne cavia.

NATALIA ASPESI

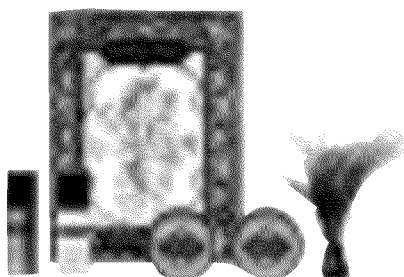
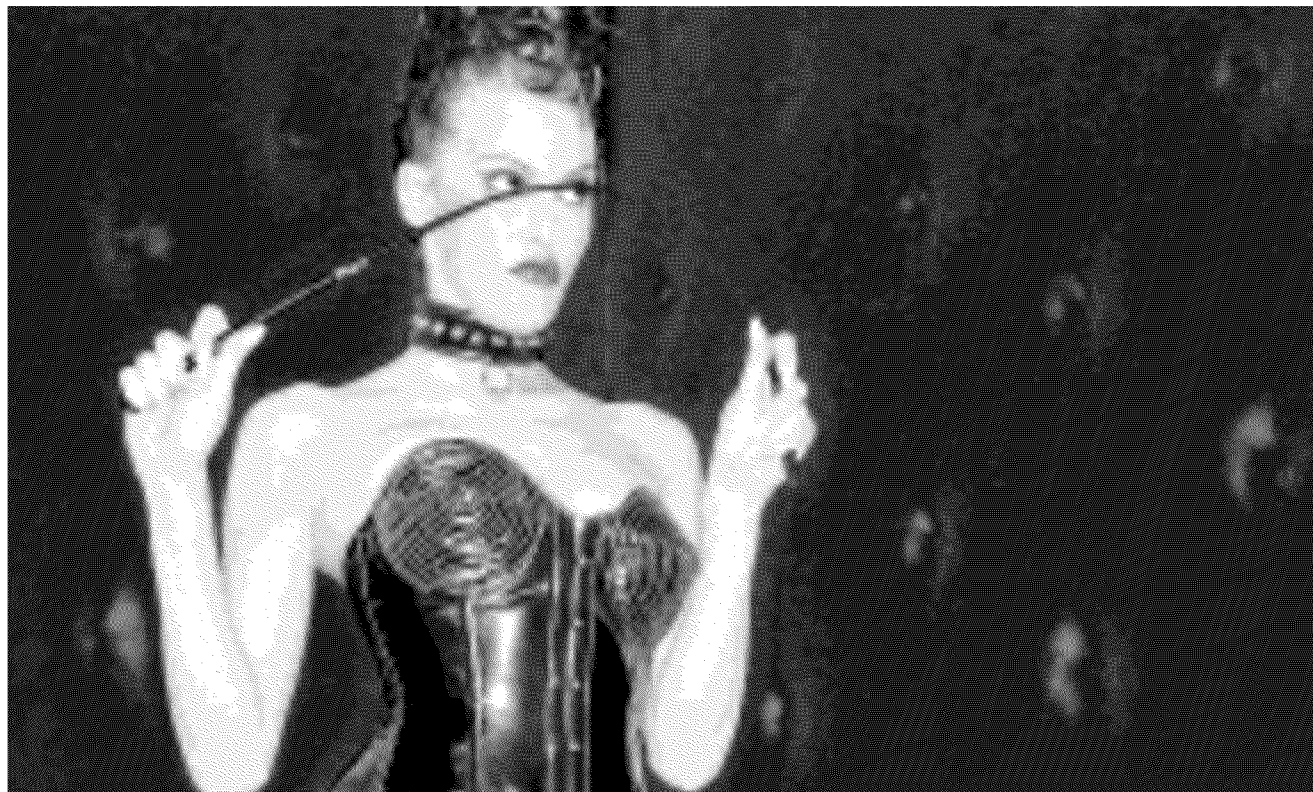
## Repubblica tv



Oggi online su Repubblica tv il servizio sulla nuova vita dei sextoys

**Un business che cresce, dai dadi dell'amore alla paperella vibrante**





### IL CORPO

Profumi e creme commestibili per giocare con il corpo con fantasia. Musica, e istruzioni per l'uso: fare l'amore diventa un'arte. Quasi la metà di tutti gli adulti intervistati (Durex) prevede che si esplorerà di più nei prossimi dieci anni



### LO SPOGLIARELLO

Il kit per lo spogliarello è uno dei prodotti più rappresentati insieme ai vibratori nel corner shop della Coin. Anche alla Rinascente la lingerie estrema è già realtà. Nel mondo, svizzeri e thailandesi sono i più inclini alle fantasie sessuali (Durex)