

Il piacere è tutto mio

Testo di Gaia Passi



82

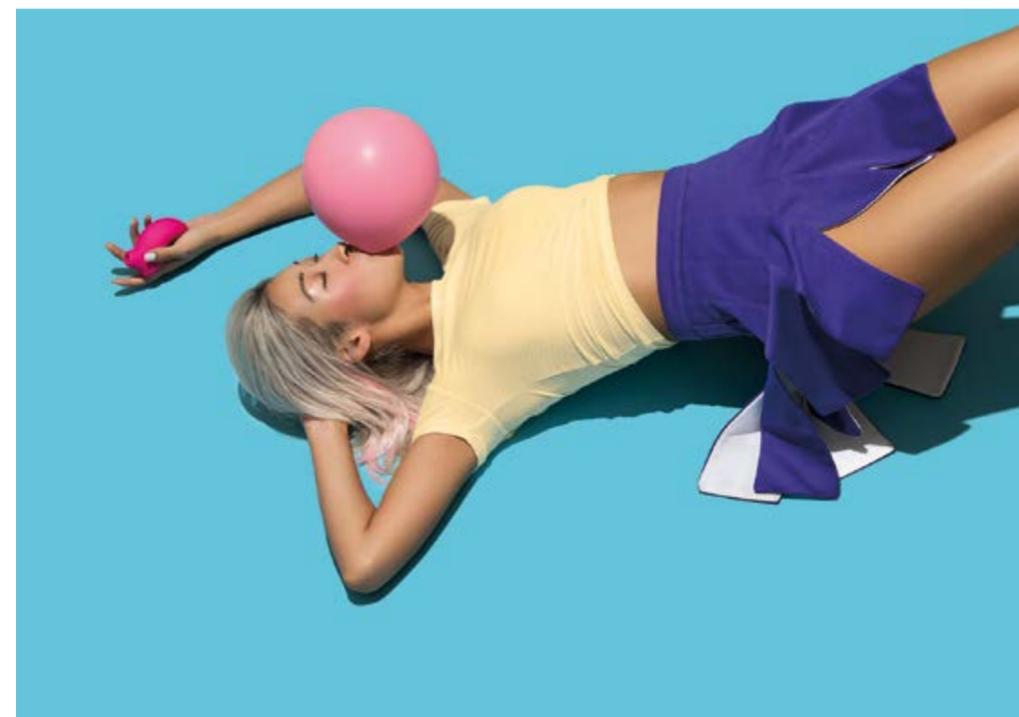
Domenica pomeriggio. Interno milanese. Due amiche si incontrano per un tè. “Bella quella scultura sulla libreria. È un souvenir del tuo viaggio di nozze?”. “No cara, è un sex toy. Zuccherò?”. L’industria dell’eros sta mutando. Il business cresce, perché è la richiesta (femminile) che è aumentata. Sul mercato spuntano nuovi prodotti: Millennial-friendly, eco-friendly, personalizzabili e comandabili attraverso app

Inchiesta

Tabù addio: è arrivato il momento di sdoganare il piacere femminile, anche “in solitaria”. Sofisticati, colorati, divertenti, sempre più spesso i giocattoli erotici escono dalla camera da letto per diventare oggetto di conversazione, confronto ed emancipazione. Negli ultimi anni il business dei sex toys è cresciuto esponenzialmente, raggiungendo un giro d'affari globale di oltre 18 miliardi

cresciute a pane e “Sex and the City” - che a fine anni novanta fece scuola (e scalpore) trasformando il celebre vibratore “Rabbit” in un oggetto del desiderio - non si limitano a utilizzare passivamente i giocattoli del piacere. Al contrario: sanno cosa vogliono, sanno come ottenerlo e sono determinate a diventare le nuove padrone dell’industria del sesso, con prodotti sempre più eleganti, originali e

marketing e comunicazione del brand della designer Silvia Picari. La prima collezione lanciata per l’autunno-inverno 2018-2019 si compone di 13 pezzi realizzati a mano in legno di ciliegio: hanno colori brillanti impreziositi da un tocco d’oro, finiture lucide e un look pop che fa venire voglia di collezionarli (e provarli) tutti. Sono artigianali anche i love toys di Persian Palm, azienda toscana



83

Sona, del marchio Lelo, il massaggiatore che stimola il 75% del clitoride in più rispetto ai prodotti in commercio. In apertura “Ciro” il dildo di legno di Silvia Picari

di euro. Solo in Italia, nel 2017, il fatturato è aumentato del 6%, mentre in Europa si è registrato un +20%. Un successo trainato dalle donne: secondo un’indagine condotta da MySecretCase - primo e-commerce italiano interamente dedicato alla sessualità femminile - sono loro le principali acquirenti di love toys (40%), con un boom tra le 20-30enni (+300% nel 2017). La buona notizia è che le ragazze

all’avanguardia. Chiamarli vibrator è riduttivo: le vie che conducono all’orgasmo femminile (e gli strumenti per raggiungerlo) sono infinite. «I nostri prodotti sintetizzano bellezza e funzionalità in un oggetto dall’estetica felice, con contaminazioni che vengono dal design, dalla moda ma soprattutto dall’arte», spiega Federica Signoriello, co-fondatrice e Direttore

guidata da Eva e Luana, che hanno messo l’antica tradizione della ceramica al servizio del privato godimento. Eco-friendly, ricercati, confortevoli, questi oggetti sono personalizzabili su richiesta. Per raggiungere le più alte vette del piacere anche la tecnologia si rivela un’alleata preziosa. Fun Factory, brand tedesco attivo dal 1996, è stato il primo a brevettare una tecnologia che permette l’uso

Inchiesta



Le Smartballs sono un dispositivo per gli esercizi Kegel (contrazioni volontarie attuate per esercitare i muscoli del pavimento pelvico) approvato dai medici. Sono raccomandate da ostetriche e specialisti da quando Fun Factory ha iniziato a venderle nelle farmacie europee dal 1990

«C'è una tendenza verso prodotti più intelligenti, smart, con una migliore connettività, app per smartphone, vibrazioni wireless», spiega Luka Matutinović, Global Marketing director di Lelo, azienda svedese nata nel 2003

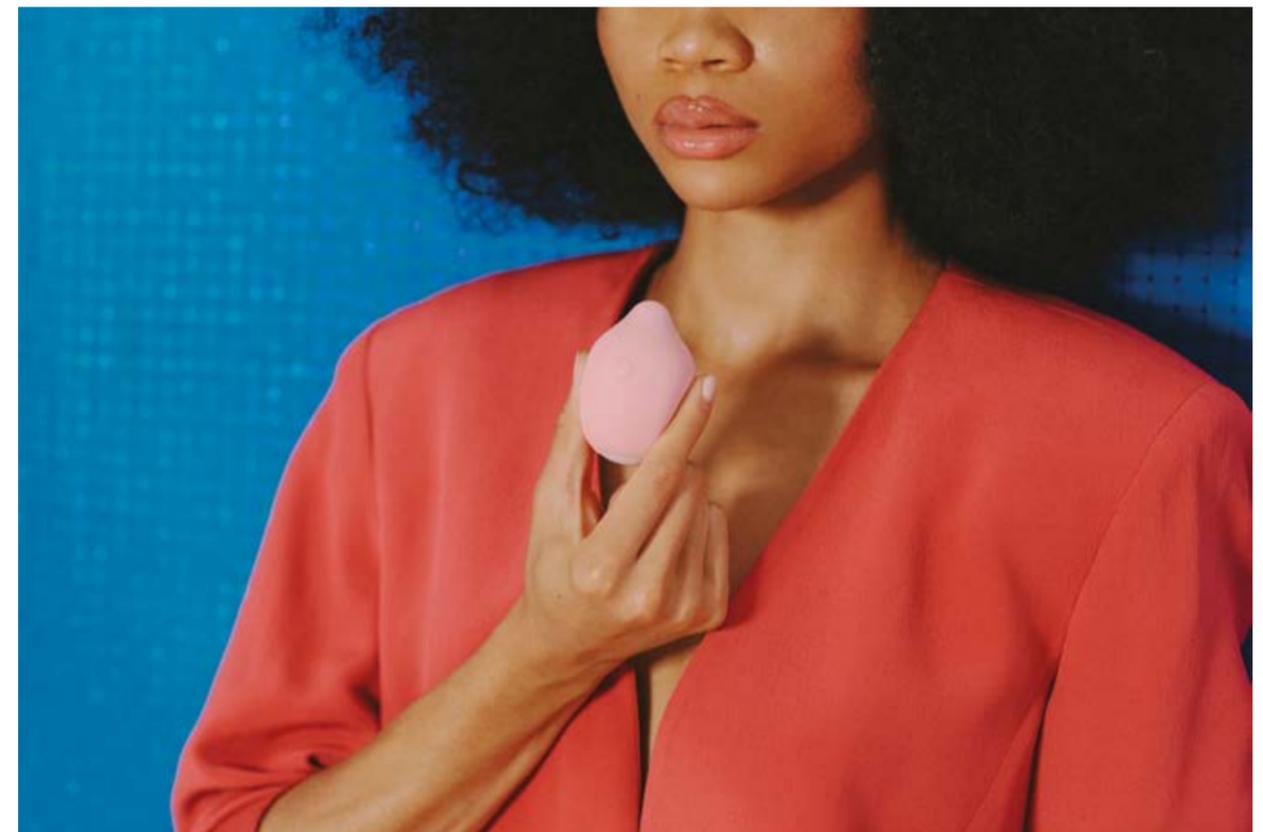
dei toys a mani libere, a creare un device ricaricabile e a realizzare un dildo dalla forma non realistica, vincendo numerosi premi di design. «C'è una tendenza verso prodotti più intelligenti, smart, con una migliore connettività: telecomandi wireless, app per smartphone, vibrazioni wireless e così via», spiega Luka Matutinović, Global Marketing director di Lelo, azienda svedese nata nel 2003 che

oggi è uno dei principali player del mercato. «Ben venga che l'industria del sesso abbia scoperto l'interesse delle donne nei confronti della sessualità e si rivolga a loro con prodotti sempre più gradevoli e accattivanti», commenta la psicoterapeuta Marianna Soddu. «Quando parliamo di autoerotismo i tabù sono ancora radicati. Eppure non è raro che una donna raggiunga per

la prima volta l'orgasmo proprio grazie a questi device». Le imprenditrici del Sex Tech (un mercato stimato circa 30 miliardi di dollari l'anno di cui fanno parte, oltre ai toys, tutte le tecnologie legate al sesso) sono anche le paladine di un movimento globale che ha l'obiettivo di colmare il Pleasure Gap, un fenomeno evidenziato dal National Survey of Sexual Health and Behavior nel



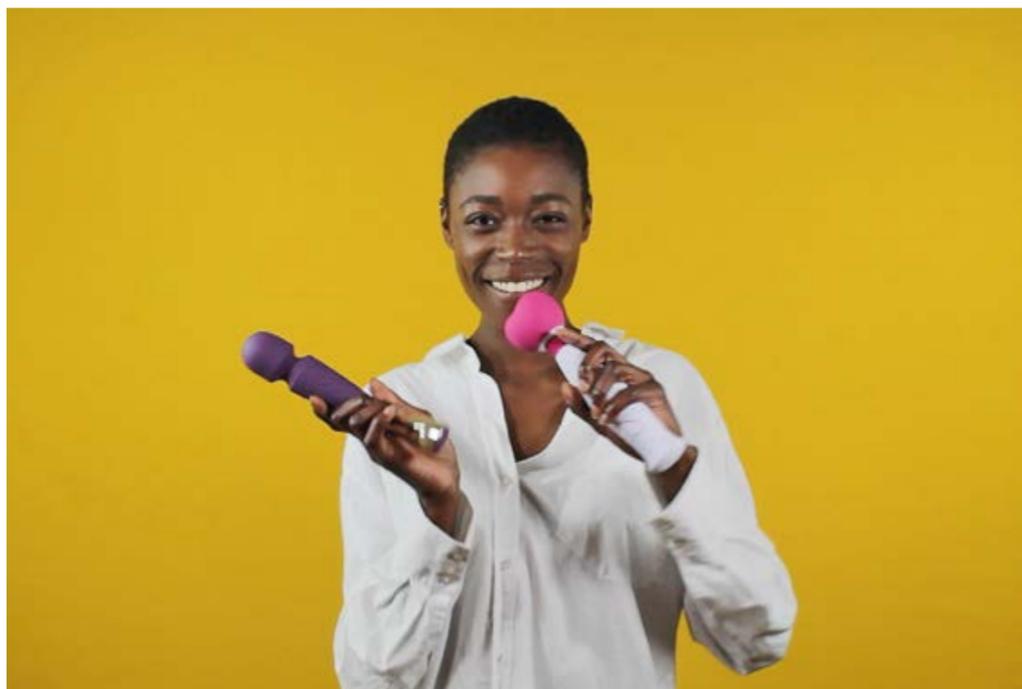
Due immagini della linea del sito e-commerce Unbound (www.unboundbabes.com) "per donne ribelli", che ospita anche un magazine online specializzato, dove si possono leggere interviste e trovare consigli





“Sua maestà il clitoride”, massaggiatore di gomma che stimola il clitoride della linea “Millennial Sex” di MySecretCase. Sotto “Mille Organismi e una notte”, sempre della linea “Millennial Sex” di MySecretCase

Le imprenditrici del Sex Tech sono anche paladine di un movimento globale che ha l'obiettivo di colmare il Pleasure Gap, un fenomeno che rivela come le donne abbiano meno soddisfazione sessuale rispetto agli uomini



2010 che rivela come le donne abbiano “meno soddisfazione sessuale rispetto agli uomini, meno piacere, meno eccitazione e meno orgasmi”. Per questo, nel 2015, è nata la community Women of Sex Tech che riunisce donne di tutto il mondo che lavorano nel settore e organizza eventi e progetti di sensibilizzazione. Le due anime dell’iniziativa sono Polly Rodriguez, cofondatrice di Unbound,

datrice della e-boutique di oggetti erotici Pure Eros e direttore di VibesWeek, primo magazine online dedicato al piacere femminile. Alexandra Fine, sessuologa, e Janet Lieberman, ingegnere, insieme hanno fondato Dame Products, la prima compagnia a lanciare una campagna di crowdfunding su Kickstarter per la creazione di un sex toy. “La nostra missione è migliorare le esperienze sessuali

to ed emancipazione delle donne passano anche attraverso il piacere, a patto che segua finalmente le loro regole.

In Italia la conversazione intorno al sesso è ancora molto caratterizzata da omissioni, disinformazione e da un eccesso di pudore. «Molti considerano i sex toys alla stregua di una perversione. In realtà sono uno strumento importante per il benessere sessuale non



Kit dell'anniversary line (edizione limitata) lanciata da Lelo per i suoi 15 anni di attività

azienda di sex toys newyorkese che ogni trimestre invia alle abbonate una scatola piena di “sorprese”, e Lidia Bonilla, fondatrice di House of Plume, brand di contenitori di lusso per dildo&co. «Vogliamo sfatare i vecchi tabù e offrire un punto di vista nuovo sulla sessualità, che sia pulito, femminile, elegante e lontano dal porno», spiega Virginia Cerrone, membro della community, co-fon-

delle donne realizzando dei sex toys ben congegnati”, si legge sul loro sito. “Ma non sono soltanto quelli ad aver bisogno di innovazione. Ciò che deve cambiare è il modo in cui il piacere femminile viene marginalizzato nel dibattito contemporaneo”. In fondo il Sex Tech non è che un'altra faccia nel movimento #metoo, nato per combattere le molestie sessuali sui luoghi di lavoro: libertà, rispet-

solo delle donne, ma anche della coppia, perché sono un attivatore del desiderio e aiutano i partner a conoscersi meglio», spiega la psicologa e sessuologa Francesca Calligaro, che dispensa consigli e piccole lezioni di sessualità dalla sua pagina Instagram @sexandthewomen.

La strada sarà sicuramente in salita, ma (si spera) costellata di piacevoli climax.