

BENESSERE SESSUALE, PIACERE FEMMINILE, È BOOM SEX TOYS

Per tanto tempo oggetto di discriminazioni di genere oggi rientra nella cura del sé



Una giovane donna con giocattoli erotici foto iStock. © Ansa
GUARDA LE FOTO...

di Agnese Ferrara

10 agosto 2021
19:06

Il benessere sessuale non è più da qualche tempo un argomento tabù, così come i luoghi comuni sul piacere femminile sono sulla strada del superamento. Ecco così che la sessualità è diventata finalmente un tema sdoganato anche per le donne nel momento in cui ha cominciato ad essere associato alla parola magica di questo periodo: il benessere.

Non c'è niente da nascondere, soprattutto ora che ha preso una strada più olistica della cura del sé, alla pari delle attenzioni e dei buoni propositi che il sesso femminile ha per esempio verso una sana alimentazione, la cura della pelle o l'esercizio fisico.

Il trend è esploso durante l'annus horribilis della pandemia, il 2020, e gli analisti ipotizzano che sia stato proprio questo periodo cupo ad avere dato lo slancio alle donne a ripensare alla loro vita sessuale. Il privato è ora al centro dei pensieri femminili tanto da diventare pubblico per essere capito, metabolizzato e accettato attraverso il coinvolgimento di donne rinomate, attrici ed influencer, e di donne ingegneri e psicologhe che hanno deciso di occuparsi in prima persona dell'argomento. L'attrice **Dakota Johnson**, la **Anastasia Steele** di **Cinquante sfumature di grigio**, proprio durante la pandemia e attraverso riunioni via Skype con la fondatrice del brand **Maude** rinomato nel mondo per la progettazione di vibrator-scultura dal design elegantissimo, è divenuta la direttrice creativa del brand. **“Il benessere sessuale è cura di sé stesse ed è essenziale per tutti ma per troppo tempo è stato oggetto di discriminazioni di genere. Invece è parte**

delle routine di benessere femminile, - ha spiegato l'attrice trentunenne sulle pagine di Vogue USA. - Durante la creazione dei prodotti ragioniamo sulla consapevolezza del proprio corpo e della propria sessualità, creiamo l'opportunità di **prenderci cura in modo adeguato al nostro sé sessuale**".

Il cambiamento è epocale e dirompente: sul sito Goop della guru del wellness **Gwyneth Paltrow** è pronta una guida completa ed esaustiva ai vibratori in commercio nel mondo, classificati per le esigenze e i desideri femminili, mentre negli ultimi tre mesi negli Stati Uniti le vendite di prodotti per il benessere sessuale sono cresciute del 18,4 % e sono in particolare i lubrificanti a comandare l'impennata, seguiti dai giocattoli per il piacere femminile in camera da letto. Si comprano soprattutto online o nella forma 'ordina e ritira in negozio', probabilmente per questioni di riservatezza, ma le impennate delle vendite si registrano in tutti i canali. I gel lubrificanti sono cresciuti dell'11,2% ed è nel 2020 che l'offerta **sex toys per le donne** in commercio è aumentata, declinati ad accessori indispensabili di emancipazione. Il quadro lo dipinge un nuovo report a cura di Nielsen nel quale gli analisti sottolineano che 'nelle ultime 13 settimane gli acquisti per il benessere sessuale sono aumentati complessivamente del 18,4%, probabilmente anche come conseguenza della diffusione dei vaccini anti COVID-19 e del ritorno alle attività sociali che facilitano i rapporti interpersonali".

Il fenomeno si evidenzia dagli Stati Uniti al Brasile ma l'Europa non è esclusa. Lo testimonia la diffusione di sex toys nelle profumerie ad esempio come la catena Sephora con il portatile Toy Boy.

Intervistata su Forbes i giorni scorsi, la guru dell'intimità femminile **Alexandra Fine, CEO di Dame**, brand di sex-toys e con alle spalle studi di psicologia clinica e terapia di coppia alla Columbia University, ha spiegato che la campagna realizzata su Kickstarter (piattaforma di crowdfunding per le startup) ha fruttato la produzione di ben 8 diversi tipi di giocattoli per il sesso pensati per le donne. Nella progettazione si è tenuto conto delle giovani ragazze ma anche delle donne mature perché le esigenze cambiano con gli anni e Fine afferma di voler **'colmare il divario del piacere per le donne'**.

La dottoressa Fine denuncia anche che **i tabù sono duri a morire** tanto che "quando arrivò la pillolina blu per lui ne parlarono tutti, mentre adesso Instagram e Facebook censurano i nostri prodotti per le donne e abbiamo anche fatto causa alla MTA (ndr il metro di New York) per le restrizioni pubblicitarie discriminatorie che ci hanno imposto". Censura a parte, le vendite online dei suoi sex toys hanno subito una impennata del 100% con molti modelli sold out nell'arco del 2020. I marchi che vendono prodotti per la camera da letto si stanno espandendo rapidamente. A luglio negli Stati Uniti, **il brand Cake**, che vende una gamma di lubrificanti, ha annunciato un accordo con Walmart e un finanziamento come startup da un milione di dollari. Il giugno scorso i marchi di salute personale e sessuale come Hims e Hers hanno annunciato un accordo con il brand Urban Outfitters per la distribuzione. Ancora nel 2020 **Tabu** ha lanciato un "massaggiatore" sottile per le donne in menopausa, mentre **Tango** vende giocattoli più semplici nell'uso, per le principianti. Quelli di LBDO sono facili da impugnare e il giocattolo Eva di Dame Product ha invece bracci flessibili per un uso facilitato. Altro brand è **Lelo**, tra i leader di mercato alta gamma.

Segnala il nuovo fenomeno in chiave di benessere olistico anche la global beauty industry reference Beautystreams che sonda i trend dell'estate in corso. "La nuova tendenza dagli Stati Uniti si estende anche in Brasile, dove gli influencer si stanno aprendo al benessere sessuale e incoraggiano i loro follower a fare lo stesso. Sebbene sia ancora un argomento tabù per molti, le conversazioni stanno cambiando e **non c'è prova più grande della serie di nuovi prodotti per la cura dell'intimo che appaiono sul mercato**", dicono gli analisti. Intanto, e per la prima volta, si disquisisce apertamente della **relazione fra piacere sessuale e bellezza della pelle** anche sulla rivista Cosmetic & Toiletries science applied dove Jamie Leventhal, fondatore e CEO del brand di benessere sessuale Clio/plusOne, riferisce degli effetti sorprendenti di uno studio clinico in cui si dimostrano miglioramenti significativi in termini di aumento della compattezza ed elasticità della pelle del viso femminile, dopo un rapporto intimo. Sulla stessa rivista si segnala anche il fenomeno inverso con sex toys che si possono usare sulla pelle del viso a scopo beauty come è successo ai prodotti Touch X del brand We-Vibe. Progettati per il piacere rientrano ora in una nuova routine di bellezza e di auto-cura, passati sul viso per massaggi che stimolano la circolazione e riducono il gonfiore degli occhi fiaccati dal grande caldo della stagione, usati insieme a sieri e lozioni e maschere. Spiegano i produttori: "Sviluppato originariamente per un massaggio intimo, il vibratore da appoggio può essere utilizzato come massaggiatore per tutto il corpo, viso compreso. Nella sua impostazione più bassa, è il tocco perfetto per la routine mattutina in bagno, mentre i suoi sette diversi modelli di vibrazione offrono nuove opportunità in camera da letto".

Dopo lo sdoganamento del ciclo mestruale siamo a quello del piacere per sé e al motto di 'fallo da sola, fallo più spesso' il brand tedesco di sex toys di lusso **Womanizer**, del gruppo WowTech che li vende in 60 paesi, esalta **l'autoerotismo come pratica fondamentale per le donne, troppo spesso tabù**. "Ecco perché spingiamo perché se ne parli apertamente. Sul nostro blog, O*Diaries, creiamo un dialogo con i lettori e li ascoltiamo, oltre a permettere anche a influencer, esperti ed autori di dire la loro. Insieme diffonderemo il messaggio in tutto il mondo: ama il tuo corpo e prenditi il tempo di soddisfarti sessualmente!".

Su YouTube aumentano i video con le istruzioni per il piacere intimo con tanto di compiti per esercitarsi a conoscere il proprio corpo, sentirsi sexy, avere una migliore forza emotiva e aumentare la flessibilità muscolare che può fare la differenza e fa bene anche al pavimento pelvico.

Poi c'è un mondo di app. Fra le App più rinomate a livello globale **Kama Sexual** ideata, dopo circa 15 anni di studi, dalla 46enne Chloe Macintosh che ha spiegato recentemente al The Times di voler supportare le persone ad avere una migliore vita di coppia e diventare amanti migliori. L'Italia non è esclusa dal fenomeno e questa settimana nella classifica dei 'bestseller' di Amazon (settore salute e benessere), dopo

le testine di ricambio per gli spazzolini elettrici ci sono, al secondo posto della categoria, i gel lubrificanti 'massage 2 in 1' a base di acqua. Su Instagram spopola **Y_Spot**, brand di Milano leader del settore che ha come mission l'insegnamento del piacere declinato al femminile. Sui canali social del marchio hanno grande successo i talk interattivi su come rilassarsi, conoscere e ascoltare il proprio corpo a cura di educatori, consulenti sessuologi e psicologi. E' inoltre nata da poco la capsule collection di giocattoli erotici (in edizione limitata) firmata da Tommaso Zorzi, vincitore del Grande Fratello. Ideata dal brand **MySecretCase** i cui manager considerano l'approccio alla sessualità come fattore culturale: "Ci impegniamo con la community di riferimento, anche attraverso l'organizzazione di progetti di educazione al piacere e di informazione sessuale, che prendono il coinvolgimento di esperti e incontri tematici che si tengono online".

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA