

Tempo di regali...?

Anche l'Internet si veste di pizzi maliziosi

Salvino A. Salvaggio, Ph.D.

salvino@salvaggio.net

Che l'Internet consenta di ottenere informazioni su una varietà infinita di argomenti o di acquistare quasi tutto, a qualsiasi ora del giorno e della notte e da praticamente ogni luogo, non sorprende più nessuno. Tuttavia, solo pochi innovatori hanno ben visto che l'Internet apre anche un canale per raggiungere nuove nicchie di consumatori che il commercio tradizionale aveva escluso. La *lingerie* online rientra precisamente in questa logica poiché, destinata prevalentemente alle donne, vuole soprattutto attrarre gli acquirenti maschili, tra poesia maliziosa dell'immagine, bircichina libertà di gironzolare sulla Rete e obiettivo finale di redditività.

Seguendo la corrente del sogno...

Mele, pere, oppure limoni, leggermente distanti o piuttosto vicini, discreti, voluttuosi o maggiorati, dal galbo tondo o con una discesa leggera e dolce, i seni di voi donne ci affasciano sempre, ci ammaliano talvolta, ci paralizzano anche quando l'immensità della notte si riempie del fruscio della seta che sulla pelle scivola per svelare le premesse degli abbracci che da lì a poco suderanno le lenzuola. Simultaneamente preziosi nell'immaginario e comuni nel quotidiano, sfidano le leggi dell'universo lasciando gli uomini sospesi tra cielo e terra, impregnati dal silenzio di indicibili emozioni.

Gioielli così sublimi che nessuno scrigno potrà mai contenerne la grazia, così evanescenti che solo il sogno fa per loro, i seni hanno da sempre alimentato il fantasma nonché quella creatività raffinata volta a far nascere gli indumenti intimi più degni di contenerli. Pertanto, la corsa sfrenata per disegnare *lingerie* sempre più squisita.

Questo scrigno pensato, augurato, sempre al limite della perfezione senza poter mai raggiungerla; al contempo involucro protettivo o supporto funzionale e velo pudico che maschera ciò che sottolinea, il reggiseno è precisamente tutto questo in uno : ultimo scudo meravigliosamente irrisorio tra le linee di fuga del desiderio e il caos interiore del piacere. Oggetto utilitario e seducente, plasmato dalla sagacia di generazioni di creatori attenti, il reggiseno risponde da un lato alla volontà femminile di vivere bene e dall'altro inebria il desiderio maschile per l'ultimo brivido prima dello svelamento liberatorio.

Ma la forza che il reggiseno esercita sull'immaginario maschile è paragonabile solo al mistero che avvolge con il suo calore soave questa realtà del desiderio che ci attenaglia tutti ma di cui non si parla mai veramente –come se le parole

rischiassero di ferirne la fragilità. Infatti, numerosi sono tutti coloro che preferiscono ben spesso mantenersi l'immagine di questo desiderio nel più profondo di un pensiero intimo che oscilla senza tregua tra la soddisfazione di ciò che viene pienamente vissuto e la malizia di ciò che si vorrebbe abilmente dissimulare.

Storia di un disagio annunciato

Non ci si deve in questo caso stupire se la maggior parte degli uomini si sentono così terribilmente a disagio ogniqualvolta gli viene la tenera e dolce idea di regalare *lingerie* raffinata alle loro ragazze, fidanzate, mogli o amanti. Niente di più normale, in verità, di questo disagio che stringe la gola, rende la mani maschili maldestre e le parole incerte, la fronte perlata di sudore e le labbra tremanti poiché, a guardar da più vicino, si nota che acquistare *lingerie* femminile non si riduce per gli uomini a semplicemente entrare in un negozio per scegliere, pagare e portar via l'indumento ambito. Per la maggior parte degli uomini, si tratta ben, piuttosto, di varcare un confine decisivo per avventurarsi in una boutique che rappresenta l'universo mal conosciuto dell'intimità femminile, pertanto messa in scena da tutti gli artifici del marketing che la rendono tanto più inaccessibile nella sua sensualità sublimata quanto più ne mettono in evidenza la dimensione commerciale e consumabile.

Esitanti sul passo di una porta senza ritorno possibile, quanti di noi –signori pieni di ardori e pronti a coprire le nostre amate con i doni più graziosi— non hanno preferito orientarsi verso altri tipi di regali anziché affrontare l'ansia che li minaccia non appena pensano di dover esporsi a tutti gli sguardi nella boutique ? La paura di sentirsi assediati li tormenta, temendo di trovarsi in queste boutique circondati da donne e da pizzi, da rotondità evocatrici e da immagini lisciate, allorché vorrebbero solo lasciarsi andare alla felicità semplice di acquistare questa lingerie raffinata e straripante di promesse audaci con la quale sognano tanto di coprire che di scoprire le donne che amano o desiderano.

Per questi signori, il più difficile risiede proprio lì : aver l'impressione di dover perdere il proprio anonimato per poter validamente interagire con una commessa di carne e sangue di cui pensano o temono che capisca nei minimi dettagli, senza dover nemmeno dirglielo, lo scopo birichino ed ultimo del regalo che sono venuti a scegliere. Quali parole trovare infatti per esprimere l'intima e sensuale verità a questa commessa sconosciuta di colpo così vicina ? Come dirle senza però rivelarglielo che ci piacerebbe vedere la donna amata indossare tale tipo di pizzo nero o di raso bianco, tale bustino finemente ricamato o corsetto impudico, tale taglio in semi-luna o modello a balconcino che sottolinea amabilmente l'arabesco di una "guancia" che ha di gioviale solo l'anticipazione del piacere che si adagia sotto il suo galbo accogliente. Perché questi signori, anche se non concedono nulla alla confidenza, sanno pertinentemente che andando a comprare nelle boutique questi incantevoli indumenti devono mettere a nudo loro stessi e non tanto le donne di cui tentano goffamente di descrivere i gusti, le preferenze e le proporzioni sempre carezzevoli.

E l'Internet arrivó

Tuttavia, questo disagio cosí caratteristico non crea fastidi a tutti; anzi. Qualcuno ci ha visto una succosa opportunità, la via reale verso un'attività economica nuova, importandosene poco della poesia stessa che tale disagio comporta per privilegiare la redditività economica di questo settore in pieno sviluppo. E queste pubblicità dai corpi attraenti, dalle curve irresistibili che ci spingono a pensare che Dio doveva essere in una gran bella forma il giorno in cui creó la donna, questi corpi inaccessibili e abbaglianti si sono trovati di colpo proiettati nello spazio comunicativo immateriale dell'Internet. Disincarnate, dematerializzate e decontestualizzate, queste sagome femminili che il fotografo ha fissato in pose evocatrici di complicità incantevoli troneggiano ora sul Net, liberate dall'atmosfera talvolta segreta, talvolta frivole, talvolta riservata, ma sempre ansiogena che anche le migliori boutique (soprattutto le migliori) alimentano nella mente maschile.

Già da qualche mese, questi signori hanno la possibilità di perdersi nella *lingerie* che ricercano, confortevolmente seduti, immersi in un universo domestico o professionale comunque familiare dove nessuna commessa gli chiede di esporre il loro animo profondo a ciò che ritengono essere il rischio di sembrare ridicoli o fuori luogo. Per merito del Net, non hanno più da contorcersi ed affannarsi nel bel mezzo di una boutique, sotto gli sguardi inteneriti o beffardi delle clienti –almeno è cosí che questi signori percepiscono la situazione. Ovvero, l'anonimato che l'Internet consente viene usato quale risorsa inattesa per l'e-business.

In queste condizioni, appare assai logico che la vendita di *lingerie* online costituisca un settore in forte espansione : non è infatti più semplice a tutti coloro che il disagio attanaglia di semplicemente navigare sui siti dall'estetica certo spesso raffinata ma sempre impersonale anziché esporsi alla sensazione di buttare la propria personalità in pasto a sconosciute commesse e clienti, in questi luoghi di frontiera che sono diventate le boutique di *lingerie* ?

Il colpo di genio del commercio via l'Internet della *lingerie* femminile risiede proprio nella accurata comprensione di questo nuovo mezzo. Non solo –ma sarà banale ripeterlo ancora— l'Internet permette a chiunque di trovare informazioni su una varietà quasi infinita di temi, di acquisitare praticamente tutto, a qualsiasi ora del giorno e della notte e da ogni luogo, ma soprattutto offre la possibilità a nicchie di utenti potenziali e *targets* secondari che il commercio tradizionale aveva escluso di diventare pienamente acquirenti ed agenti economici direttamente partecipi. Un esempio di questa linea di sviluppo dell'e-business che tende ad integrare il più grande numero di utenti allo scopo di allargare la propria base di consumatori redditizi risiede senza dubbio, oltre che nella teoria sistemica che lo aveva anticipato per altri comparti, anche nella realtà del settore economico che vede moltiplicarsi il numero dei siti di *lingerie* e, soprattutto, nel loro crescente successo presso gli uomini che ne costituiscono il motore principale.

Per quanto riguarda invece i siti di *lingerie* maschile destinati alle consumatrici... ebbene li si cercherebbe praticamente invano; ne esistono pochissimi. Infatti, nulla giustifica finora un tale investimento per l'ecommerce poiché le donne, al contrario degli uomini, non mancano del coraggio o del buon senso necessari a

farle entrare (ed acquisitare) tranquillamente nei negozi ben reali che vestono gli uomini con i loro indumenti intimi !

Lingerie online, da un click all'atro

Valérie Nimal
valnimal@hotmail.com

Determinati siti di *lingerie* sono destinati unicamente ai rivenditori e ci lasciano insoddisfatti. Altri invece fanno del pizzo un vero culto e ci rendono completamente dipendenti. Prima di ogni cosa, un giro nel ben chiamato www.beaux-seins.com ("bei-seni") si impone per tutti. Tuffatevi nell'universo di questa sublime parte del corpo femminile nascosta sotto i suoi baconcini, imparate come proteggerla, metterla in risalto, darle l'estrema attenzione che merita... Recatevi quindi sul sito che più di tutti fa impazzire donne e uomini:

www.beaux-seins.com

"Toutes les formes de seins sont dans la nature, et c'est tant mieux"¹. Introduzione accattivante, in accordo con la home page sulla quale palpita l'oggetto del desiderio, seni bellissimi riposanti nel loro canestro di pizzo. Stupenda entrata in materia quella di far scivolare il mouse su queste gole anonime, scendere sul seno sinistro che aprirà le porte della versione francese, oppure sul destro per la versione inglese.

Nel programma, imparare tutto su « apple, peer and company » in modo ludico e malizioso. Lasciarsi tentare da un test top-secret che divulgherà i lati nascosti del soggetto. Spedire una e-card (cartoline graziose, scelta di slogans) a l'eletto del vostro cuore. Avrà mai la buona idea di rispondere affidando qualche grammo del pregiato pizzo al postino ? Oppure cliccate su « les seins ont la parole » : un piccolo concorso pieno di *charme* vi invita a prendere la penna. La sezione « All about breasts » ritraccia la storia del seno, dal corsetto fino al reggiseno bruciato degli hippies. E quando sarete pronti, cotti al punto giusto, un link vi porterà sul sito della marca Barbara.

www.barbara.fr

Questo sito dallo stile un pó vecchiotto non si distingue da un catalogo cartaceo. Peccato. Ci si può imparare un sacco di cose sui processi di creazione della maglieria intima, l'arte di fabbricare "alla francese", nonchè sull' « azienda familiare offensiva » (non tanto offensiva in verità poiché non è possibile acquisater online, ciò che i siti americano offrono din dalla home page). Solo vengono proposti gli indirizzi dei distributori. La collezione Barbara vale comunque largamente di fare un giro sul sito...

¹ Tutte le forme sono nella nature, ed è bene.

www.laperla.com

In inglese ed in italiano. Tutte le seduttrici del mondo si ritroveranno su questo sito, le neo-star, le donne di gran classe, le adolescenti irruente e quelle che non hanno di certo bisogno di un push-up o di cuscinetti per creare l'illusione. Per la boutique, andate su www.glamonweb.com

Il calendario di La Perla, altra bella battaglia commerciale, non è affatto male. L'iconografia è firmata dai più grandi fotografi (sublime bianco e nero di Dominique Isserman), degni del Vogue Italia; e questo non fa che aggiungere la voglia di fare una follia. Consultate l'Hotzine, iscrivetevi per ricevere le ultime informazioni di un gruppo dalle marche raffinate: La Perla Studio, Malizia, Marvel, Occhiverdi, e per l'uomo, finalmente una sezione : GrigioPerla. Charme italien oblige.

www.chantelle.com

Un sito pratico, in francese e inglese. Il marchio ricorda la sua storia, l'esigenza di qualità alla quale mira ed il suo gusto per l'eleganza. E-card (inviate una cartolina con il modello dei vostri sogni), informazioni pratiche (come prendere correttamente le misure), tests, screen savers e segreti di fabbricazione. Imparare tutto sull'arte di valorizzare una scollatura. Reggiseni classici, "corbeille" o balconcini, ampliforma, a ciscinetti, con bretelle amovibili, multiposizioni o schiena nuda. Qui è tutta roba seria !!!

www.arimo.it

In italiano e inglese. Per donna e per uomo. Intimo, mare, pigiameria, di tutto un pó. Le foto sono realizzate con cura e raffinatezza, dolci, sensuali, curate. Ma il sito rimane troppo banale, sembra di trovarsi di fronte ad un buon vecchio catalogo su carta tradotto in formato digitale perché "sul Net è importante esserci". Ma allora se è così tanto importante, perché non aver sfruttato le immense possibilità di questo new media per proporre alternative ricche di contenuti ?

www.intimissimi.it

In italiano soltanto e con un introduzione in Flash che non aggiunge nessun valore (neanche estetico) ma, come da copione, rallenta l'entrata nel sito. Il sito offre poche informazioni. Le foto delle collezioni sono presentate senza notevole rilievo. L'unica cosa che sembra interessare il marchio è trovare non tanto degli acquirenti (poiché non si può acquistare online), bensí persone interessare ad aprire nuovi negozi in franchising. Strano commistione quindi di business-to-consumer e di business-to-business. Né carne né pesce insomma...

www.victoriasecret.com

In inglese. Senza nessun dubbio, il più professionale e completo. Look piacevole, in rosa e nero. Questo sito offre una quantità immensa di informazioni sui

prodotti. Oltre la possibilità di acquistare online, il customer service è particolarmente sviluppato: indirizzi, *cart* che memorizza, gift reminder, contatti, informazioni pratiche.

Inebriate dalla *lingerie* raffinata, allora consultate subito la rubrica « Your account » e immettete la lista dei regali che vorreste ricevere (la ragazza della foto vi inciterà a farlo, lei è del tipo « guardami dritto negli occhi », per di più, pichietta sulla tastiera di un Macintosh). Qui le donne sanno quel che vogliono. Un solo rimpianto tuttavia : le pagine sono pesanti e quindi un pó lunghette da scaricare.