

Sex toys e biancheria a Treviso si prepara l'effetto San Valentino

LUXURY CORNER AL COIN STORE

*Il primo nel Veneto dedicato
al pubblico femminile che ama
giocare con l'erotismo
ma nella versione glamour*

TREVISO. Prima città nel Veneto, è stata scelta la Treviso di *Signore e Signori* e non sembra proprio un caso. Tra fine gennaio e i primi di febbraio, per sfruttare anche l'«effetto San Valentino» il Coin store del capoluogo della Gioiosa Marca inaugurerà il suo *luxury corner* con tanto di modelle in abbigliamento tanto succinto quanto sexy. Lo store dell'azienda veneziana in terra trevigiana proporrà alle sue giovani e spigliate clienti un angolo aperto e in bella vista nel reparto di biancheria intima - il *luxury corner*, appunto - in cui troveranno spazio e ambientazione l'erotismo glamour, anzi bollente, della lingerie Myyoyo.

Ma non ci sarà solo il pri-

mo luxury brand di lingerie couture ultra sexy: l'angolo della seduzione sarà corredato anche di toys e accessori vari: dai mini-vibe da borsetta alle *boules de geyscha* (le palline adatte anche per la ginnastica pelvica), dagli olii da massaggio stimolanti o rilassanti ai «balsami del piacere» ovvero le creme stimolanti per lei, fino al burro «golososo», alle polsiere di pizzo e alle manette soft.

La parte del leone, comunque, è prevedibile la farà la biancheria erotica: coordinati preziosi di raso e pizzo con manette, collari e ridottissimi perizomi; provocanti balconcini e lussuosissimi reggicalze; toys satinati di design tempestati di strass luccicanti; elegantissimi copricapez-

zoli in perfetto stile burlesque; morbidi marabù realizzati artigianalmente... Insomma, tutte quelle creazioni, spiegano in Myyoyo, che nascono «come fonte di ispirazione per intensificare fascino, piacere e desiderio, in maniera elegante e molto seducente».

Lanciato in Italia all'inizio dell'anno scorso, Myyoyo sta già dettando tendenza e rivoluzionando il concetto di seduzione, piacere ed erotismo lussuoso e al femminile. Le creazioni sono opera della designer del lusso Lara Jumhana Motta e sono concepite e realizzate interamente in Italia con lavorazione e cucitura dei capi artigianale. E a dar retta alla scelta del *luxury corner*, nessuno meglio

delle trevigiane rispecchierebbe il target al quale si rivolge, «composto da donne consapevoli e sofisticate, di buona cultura, tra i 25 e i 45 anni d'età, con una buona posizione sociale e una vita sentimentale soddisfacente. Donne sensibili alla qualità del made in Italy, al design e al lusso, che hanno voglia di tornare a sedurre o di essere sexy con eleganza e raffinatezza, senza dimenticare un pizzico di ironia».

Ma - è bene ricordarlo - accanto alle donne c'è poi un'importante percentuale di acquirenti uomini che ama fare questi regali alla propria compagna. Insomma, nella Gioiosa Marca quest'anno San Valentino si annuncia particolarmente «hot»!



Un «luxury corner» che ospita biancheria ultrasexy (come il modello a sinistra) ma anche sex toys per signore

