

# Un sequel che ci dà quello che aspettavamo. C'è meno ferocia ma il cast si conferma di primo piano.

Recensione di Paola Casella



Sono passati vent'anni da quando Miranda Priestly faceva il bello e il cattivo tempo come direttrice della rivista di moda Runway, e il mondo dell'editoria cartacea è completamente cambiato: la concorrenza Internet è spietata, i budget sono risicati e Miranda è costretta a chinare la testa di fronte agli investitori e agli stilisti dalle cui pubblicità dipende il destino del magazine, soprattutto dopo che Miranda ha lodato pubblicamente una casa di fast fashion che sfrutta il lavoro minorile. Per riparare al danno di immagine il proprietario di Runway, Irv, convoca Andy Sachs, l'ex stagista di Miranda che è diventata un'ottima giornalista, ma ha anche appena perso il lavoro per i tagli all'editoria.

Andy torna dunque a Runway come caporedattrice attualità e ritrova l'adorabile Nigel, il braccio destro di Miranda sempre intento a guardare le spalle alla direttrice. Emily invece, ex collega e amica-nemica di Andy, è diventata direttrice di Dior, e si accompagna a una sorta di Jeff Bezos bruttarellino ma ricco sfondato.

Dopo il successo planetario di Il diavolo veste Prada questo sequel si assicura di dare al pubblico, soprattutto femminile, ciò che si aspetta.

Abbiamo lo stesso cast, capitanato da Meryl Streep, Anne Hathaway, Stanley Tucci e Emily Blunt, la New York iconica dove è sempre bel tempo, gli outfit di stralusso, gli appartamenti con cabina armadio e vista sui grattacieli, i camei di molte star della moda - per l'Italia ci sono Dolce e Gabbana, Donatella Versace e Brunello Cucinelli e la Milano Fashion Week appare lusinghiera della couture nazionale, anche se la cena di gala a Santa Maria delle Grazie fa accapponare la pelle - nonché della cultura pop: una per tutti l'autoironica Lady Gaga.

Il copione rispetta i canoni del film precedente, anche perché il regista è sempre David Frankel e la sceneggiatrice sempre Aline Brosh McKenna: dunque dialoghi frizzanti

aggiornati alla contemporaneità e alla competitività di un ambiente senza scrupoli. Il problema è proprio che nel frattempo il mondo è cambiato, e nonostante il mercato del lusso sia l'unico che tiene, ci fa meno simpatia e ci appare meno accessibile, anche solo come sogno. Il diavolo veste Prada 2 affronta il tema del crollo del giornalismo ma non propone soluzioni alternative al valzer di poltrone, di fatto accettando come inevitabile il tramonto della carta stampata e l'approfondimento che comportava.

Miranda ha perso la crudeltà che mostrava nel primo film e appare come una tigre senza zanne, dimenticando che "i cattivi sono sempre i più interessanti", ma questo dà spazio al suo lato fragile e ad alcune riflessioni sul potere al femminile. Meryl Streep si conferma un mostro di bravura recitativa nel trasmettere con un'alzata di sopracciglia un cambiamento di umore, ma agli spettatori mancherà la sua antica efferatezza. La sua mancanza di peli sulla lingua si sposta paradossalmente su Nigel, che definisce Andy "una bimba che cerca conferme" e che "oltre al feedback vuole anche un leccalecca", e Tucci è ancora una volta maestro nel tratteggiare il suo personaggio rassegnato a farsi da parte e a soffocare le proprie aspirazioni: è lui il più elegante del film, nella sua "quiet luxury".

Anne Hathaway è ancora una Andy credibile nella versione più adulta ed esperta, e si fa simbolo della capacità, oggi assai utile, di non darsi per vinta, inventando soluzioni inaspettate. Ma sia lei che Miranda hanno sacrificato al lavoro le vite private, e anche il nuovo interesse amoroso di Andy appare narrativamente molto più inutile del Nate del primo film, per non parlare di Kenneth Branagh che appare qui superfluo nel ruolo di ganimede di Miranda. Anche il rapporto fra Andy ed Emily funziona meno bene che nel film originale e trova una risoluzione posticcia senza il coraggio di mostrare che la sorellanza può anche soccombere all'ambizione (tanto la vera amicizia qui è rappresentata da Lily).

Intorno a loro i licenziamenti e le chiusure di testate che sono il pane quotidiano dei media contemporanei, ed è lì che il film trova il suo cuore drammatico, nella guerra fra polli di Renzo e nei tentativi di sfilare sui cadaveri di chi non vuole fare le nozze con i fichi secchi. I rapporti di potere si ribaltano, i nuovi barbari comandano, i figli dei grandi imprenditori giocano al ribasso sulla pelle dei sottoposti, il senso del bello è scomparso (se per senso del bello intendiamo i capi di moda e i layout delle riviste patinate) e tutto è "ridimensionato e accorpato", i Millennial sgomitano, gli articoli sono diventati "contenuti" e se non "girano" sui social non valgono niente, Miranda deve appendersi il cappotto da sola, viaggiare in economy e rispettare il politically correct, l'Ozempic impazza, l'ageismo impera e l'intelligenza artificiale è alle porte, pronta a "succhiare l'anima a tutto".

Anche Il diavolo veste Prada 2 è più "vendor" che "visionario", riposa su un format di successo e sulla bravura di un cast di primo piano, ma avrebbe potuto essere più "abominevole" e radicale nelle sue soluzioni, come di fatto era stato il film precedente. Il "glitter" degli abiti prende lo spazio del "grit" della trama che invece, visti i tempi, poteva

diventare più sarcasticamente feroce, alla Piombo rovente per intenderci. Ma il pubblico si accontenterà facilmente della dimensione "eye candy" (l'abuso di anglicismi è intenzionale), e fioccherà a riempire le sale.

[www.mymovies.it](http://www.mymovies.it)