

# CINEMA SAN GIUSEPPE BRUGHERIO

## CINEMA WEEKEND

Sabato 09/05 ore 21.15; domenica 10/05 ore 15.30 - 21.15; martedì 12/05 ore 21.15  
Venerdì 15/05 ore 16; sabato 16/05 ore 21.15; domenica 17/05 15.30 - 18.15 - 21.15

### Il diavolo veste Prada 2

di David Frankel con Meryl Streep, Anne Hathaway, Emily Blunt, Stanley Tucci, Justin Theroux  
USA 2026, 119'



*Il Diavolo veste Prada 2* è un film che parla di noi. Ragiona su quello che siamo diventati e su quanto sia cambiato il mondo negli ultimi vent'anni. La scommessa di riportare in vita i personaggi nati dal libro di Lauren Weisberger, da cui David Frankel nel 2006 aveva realizzato una delle commedie più amate e illuminanti del XXI secolo, poteva essere vinta solo con la consapevolezza di lasciar sedimentare lo scorrere del tempo e le mutazioni della società contemporanea in un film fedele al modello originale e allo stesso tempo "diverso". I vent'anni che separano i personaggi di Miranda, Andy, Emily e Nigel dal primo film a questo secondo capitolo sono serviti a Frankel e alla sceneggiatrice Alice Brosh McKenna per pensarli e collocarli in un universo antropologico e sociale cambiato, sintetizzato perfettamente in questo virgolettato del regista: "Il primo iPhone è andato sul mercato solamente un anno dopo l'uscita del primo film e penso che quello sia stato in qualche modo l'inizio della fine". La fine di cosa? Probabilmente del mondo (e del cinema) in cui Frankel e i suoi attori/autori sono cresciuti.

Così *Il diavolo veste Prada 2* trova la sua ragion d'essere nel raccontare e soprattutto esorcizzare, con ironia ovviamente, il crepuscolo di una generazione. Di fatto il sequel è una riflessione sulla crisi del giornalismo cartaceo e sulla capacità di doversi adattare ai nuovi criteri culturali, lavorativi e aziendali ai tempi della digitalizzazione e dei social media. Andy (Hathaway) ha abbandonato il mondo della moda per diventare una stimata giornalista indipendente, ma vincere un premio prestigioso non basta per non essere licenziata con un semplice sms per tagli al personale. In suo soccorso arriva subito la chiamata di "Runaway" che, senza l'avallo di Miranda Priestly (Streep), cerca un addetto stampa capace di togliere il prestigioso brand dalle pastoie di uno scandalo mediatico. Miranda, che non riconosce (o fa finta di non riconoscere) la sua ex segretaria, è ancora lì, magnificamente distaccata ed esigente, ma, sotto sotto, imperatrice fragile di un universo scintillante minacciato da multinazionali automatizzate, omologazione del gusto e intelligenze artificiali. Quindi si riforma il formidabile duo Streep-Hathaway, insieme agli altri due innesti fondamentali per completare la "banda" che ha fatto de *Il Diavolo veste Prada* un cult: il Nigel di Stanley Tucci e la Emily di Emily Blunt, amica/nemica passata a Dior in un ruolo di comando.

Ecco. Questo secondo capitolo ha soprattutto il merito di non rimanere impantanato nella nostalgia, ma di usarla per delineare nuove sfumature e nuove relazioni tra i personaggi con un obiettivo più o meno comune: salvare "Runaway" e rimandare, finché è possibile, la fine di tutto. Quindi un film sulla resilienza (...) di fronte alle invasioni barbariche del web. "Devo capire come far arrivare i clic" si domanda Anne Hathaway, dopo che la Streep gli ricorda che "il suo articolo è scritto bene, ma non lo ha condiviso nessuno!". All'interno di tutto questo, c'è anche spazio affinché ogni star del film porti avanti un discorso lucido sulla sua immagine. Se Stanley Tucci sembra ormai proseguire con tempi comici impeccabili la tradizione dei grandi caratteristi delle vecchie commedie hollywoodiane, Anne Hathaway, dopo anni interlocutori e ruoli non azzeccatissimi, nei panni di Andy sembra finalmente ritrovare se stessa, quasi sentisse la possibilità di una "seconda giovinezza" e di una ritrovata identità comica - e non è un caso se nelle prime scene del film la vediamo spesso guardarsi allo specchio quasi a cercare conferme e tornare

finalmente a riconoscersi. Mentre Emily Blunt vuole essere vista. In costante ricerca di approvazione, Emily cerca un posto nell'Olimpo dei grandi e il "Tu sei iconica!" che le dice alla fine Hathaway è il miglior punto di arrivo del personaggio. E poi Miranda, certo. Meryl Streep. Straordinaria, cinica e ancora bellissima. Stavolta capace di meritarsi le tenerezze del dolce compagno interpretato da Kenneth Branagh. Miranda/Streep non ha bisogno di null'altro che di essere contemplata. Così Frankel la mette, voyeuristicamente, al centro dello sguardo degli altri. Incorniciata in vetrate trasparenti e hi tech come fosse una Musa del Rinascimento catapultata nel XXI secolo. Un grande sequel.

**Carlo Valeri - Sentieri Selvaggi**

(...) Nel 2006, quando usciva il primo film, Apple non aveva ancora lanciato l'iPhone, YouTube era poco più di un esperimento e gli influencer non erano nemmeno un'idea. L'editoria dettava il gusto, le riviste costruivano immaginari, *Runway* era un vertice tanto crudele quanto aspirazionale. Con un budget di circa 35 milioni e più di 320 incassati nel mondo, nessuno si aspettava che questa storia diretta da David Frankel (...) potesse diventare uno dei punti di riferimento cinematografici del XXI secolo. (...) Vent'anni dopo si riparte da lì, da schemi scanditi dallo stesso ritmo e dagli stessi personaggi (con volti magnificamente poco invecchiati), che si muovono tra le famigliari e affollate strade di New York. Tutto torna, eppure il contesto è cambiato completamente. Adesso c'è una società che si sta sgretolando davanti ai loro (e ai nostri) occhi e sotto la patina dei vestiti Prada e Chanel non c'è più il sogno di Andy da inseguire. C'è un'industria in crisi e un sistema da mettere in discussione. (...) *Il Diavolo veste Prada 2* usa la nostalgia come esca per cambiare discorso e spostarsi dalla moda alla crisi del giornalismo e, più in generale, della produzione culturale nell'epoca dell'algoritmo. La sceneggiatura mette in scena un sistema sotto pressione, in cui vediamo editori sostituiti da tecnocapitalisti, contenuti piegati alle metriche, budget tagliati e redazioni improntate solo sul digital. Il conflitto non è più tra talento e disciplina, come nel primo capitolo, ma tra valore e visibilità. Che senso ha oggi fare una rivista? (ce lo chiede il magnifico Nigel di Stanley Tucci). Per chi si scrive, se tutto deve essere veloce, immediato, virale?

In questo contesto, è Miranda il personaggio ad apparire più anacronistico e in difficoltà. Non è più la figura quasi mitologica di un tempo. È stanca, ridimensionata (deve viaggiare in economy, non più in business class), costretta a negoziare con investitori "che vestono solo sintetico" e a subire logiche che non controlla, frenata da un'invasante cancel culture (non può più neanche "gettare il suo cappotto addosso alle persone", maledette risorse umane...). Andy, dal canto suo, incarna lo sguardo contemporaneo di una quarantenne consapevole di muoversi dentro un sistema imperfetto eppure ancora capace di attrarla. È colpita da una "sindrome di Stoccolma" (segnatevi questa espressione perché vi gusterete la migliore battuta dell'anno) nei confronti di quel mondo che l'ha ferita ma anche formata. Un mondo ricco di richiami attuali, come quello del nuovo personaggio interpretato da Justin Theroux, un esagitato miliardario che ha avuto una radicale trasformazione fisica, divorziato da una filantropa e ora legato proprio alla nostra cara Emily (qui nel senso più economico del termine), decisamente interessata al suo conto in banca.

Accanto a tutta questa attualità, però, *Il Diavolo Veste Prada 2* indulge anche nei suoi eccessi. Il product placement è onnipresente, quasi ingombrante. (...) Anche il versante romantico (dedicato a Andy) appare debole, poco integrato, quasi un residuo che qui non trova più spazio e che invece nel primo film giocava un ruolo molto più importante. Non è un difetto, ma un abbinamento pensato senza troppa cura. Come di maggior graffio avremmo voluto che fosse l'atto finale (...) Eppure, dentro questa disillusione, resta l'amabilità di un film che difende con ostinazione l'idea del giornalismo come pratica creativa, come costruzione collettiva, come sguardo sul presente. Nonostante tutto. Anche quando ogni cosa sembra perduta sotto "la minaccia impetuosa della lava di Pompei" pronta a cancellare arte e bellezza.

C'è ancora spazio per un progetto culturale in un mondo governato dai clic? La domanda resta sospesa, in contemplazione davanti ad un capolavoro come l'Ultima Cena, per Miranda, per Andy e anche per noi.

**Claudia Giampaolo - Ciak Magazine**

