



Lily James: gli abiti della strategica campagna promozionale di “Cenerentola”



La locandina del film

Ci dobbiamo preparare. Nei prossimi anni assisteremo ad una lunga serie di rivisitazioni e remake dei grandi classici *Disney* con attori in carne ed ossa. “*Il Libro della Giungla*”, il seguito di “*Alice in Wonderland*” (2010, Tim Burton), “*La Bella e la Bestia*”, “*Dumbo*”, “*Winnie the Pooh*”, “*Mulan*”, “*La spada nella roccia*”, “*Robin Hood*” sono in fase di riprese o di produzione, ma anche personaggi come *Mulan*, *Crudelia De Mon*, il *Genio*, il *Principe Azzurro* e *Campanellino* avranno un lungometraggio dedicato. D’altra parte, lo scorso anno “*Maleficent*” di Robert Stromberg, rilettura de “*La Bella Addormentata nel Bosco*” che presenta la fata *Malefica* come non veramente malvagia, ha dimostrato che questa strategia funziona: tra incassi strabilianti in tutto il mondo ed un seguito già in fase di lavorazione, sembra che le fiabe disneyane godano anche ai giorni nostri di uno straordinario successo.

Certamente vedere le versioni in carne ed ossa dei personaggi dei cartoni animati con cui si è cresciuti fa uno strano effetto. Nonostante proponga una nuova versione della fiaba, “*Maleficent*” mantiene ancora fortissimi legami con il lungometraggio d’animazione del 1959, come dimostra la scelta di interpreti che assomiglino fisicamente ai protagonisti del cartone, in questo caso *Angelina Jolie* come *Malefica* ed *Elle Fanning*, oggi diciassettenne, come *Aurora*. Anche dietro lo stile sfoggiato durante il tour promozionale sembrava esserci una sorta di strategia: quasi esclusivamente nero per la *Jolie*, che d’altra parte porta quasi sempre questo colore già di suo; abiti da principessa, bianchi oppure in tonalità pastello,



Lily James: gli abiti della strategica campagna promozionale di “Cenerentola”

adatti alla sua giovane età, per la Fanning.

Questa strategia è stata portata quest’anno ad un livello superiore con “*Cenerentola*” di Kenneth Branagh, ancora una volta uno straordinario successo al botteghino. Dopo una serie di provini a giovani attrici emergenti ed il rifiuto da parte di Emma Watson di vestire i panni di una delle principesse *Disney* più famose, come protagonista è stata scelta l’inglese Lily James.

Classe 1989, dagli occhi e dai capelli castani, tinti di biondo per il ruolo, è nota più che altro per il suo ruolo ricorrente nella serie inglese “*Downton Abbey*”, ma nei prossimi anni la sua stella è destinata a crescere e brillare, tra commedie molto attese come “*Adam Jones*” (2015, John Wells) e “*Baby Driver*” (2016, Edgar Wright) ed eroine di grandi classici della letteratura, dalla nuova miniserie della BBC tratta da “*Guerra e Pace*” di Lev Tolstoj, in onda nel 2016, all’ultima versione teatrale in scena in questi mesi a Londra di “*Romeo e Giulietta*”, ancora una volta diretta da Kenneth Branagh ed in coppia con Richard Madden, il Principe del film.

Tutti conosciamo il vestito azzurro di Cenerentola ed anche quello del film ha fatto parlare di sé: la stessa James ha rivelato che indossarlo è stata la parte più divertente delle riprese. Tuttavia l’attrice inglese si è distinta per le scelte intelligenti messe in pratica durante la promozione del film, alternando abiti principeschi d’alta moda ad outfit più contemporanei contenenti riferimenti disneyani. Un’alternanza che è risultata vincente, in grado di evitare la noia provocata da una sfilata continua di vestiti da principessa e di essere saldamente ancorata ai tempi attuali, bilanciando alla perfezione colori come bianco e tonalità pastello di rosa ed azzurro e preziosi ricami e dettagli sugli abiti con trucco leggerissimo e minimale ed i gioielli d’alta manifattura ma discreti.



Sicuramente i momenti migliori sono state le creazioni da



Lily James: gli abiti della strategica campagna promozionale di “Cenerentola”

*Lily James in Elie Saab Couture alla
premiere di Los Angeles*

sogno di Elie Saab Couture, sfoggiate in ben tre occasioni. Alla premiere di Tokyo, con i morbidi capelli sciolti, ha indossato un lungo abito rosa pastello con spalle scese, spumoso e luccicante come una nuvola, mentre alla proiezione a *Disneyland Resort*, con i capelli mossi acconciati in una pettinatura retrò e con indosso un lungo e leggero vestito bianco con spalline, taglio in vita e ricami preziosi, si è trovata circondata da bambine vestite come la Cenerentola del classico animato.

Ma è alla prima di Los Angeles che l’attrice si è veramente superata, presentandosi come l’incarnazione contemporanea di Cenerentola, in un lungo e prezioso abito verde-acqua, riccamente ricamato, con tasche, cinturina in vita e lunghe maniche e scollo semitrasparenti, reso alla perfezione dagli orecchini e gli anelli di diamante di Kwiat, lo stretto chignon, la clutch “*Time Piece*” di Charlotte Olympia a forma di orologio per tornare a casa prima di mezzanotte e le décollettes spuntate “*Cinderella*” di Christian Louboutin in pizzo color carne, decorate con strass al posto, delle celebri scarpette di cristallo - ed anche in questa occasione si è ritrovata a giocare con le giovani ammiratrici della principessa, mettendo a confronto le proprie preziose scarpette. A questo lista bisogna poi aggiungere il Prada senza tempo color azzurro ghiaccio indossato alla premiere di Città del Messico, lungo ed impalpabile, senza maniche ed incrociato sul davanti, impreziosito solamente da qualche pietra e qualche cristallo ricamati lungo le rifiniture del corpetto e completato dal chignon morbido e dalla clutch argento dall’effetto stropicciato “*Crisp Packet*” di Anya Hindmarch.

Ma non esiste Cenerentola senza le sue minuscole scarpette di cristallo ed infatti famosi



Lily James: gli abiti della strategica campagna promozionale di “Cenerentola”

designer di scarpe si sono sbizzarriti a creare modelli ispirati ad esse. Alla prima mondiale durante il Festival di Berlino, la James si è presentata coi capelli sciolti portati dietro le spalle in un lungo abito di Dior di seta luccicante color rosa pastello, adatto ad una ballerina, senza spalline, con pieghe ed una cintura stretta in vita, rifinito dai minimali gioielli di De Beers e dalle décollettes gioiello “*Cinderella*” create da Jimmy Choo apposta per l’occasione, tempestate da centinaia di cristalli. Senza tralasciare il Saks di Fifth Avenue a New York, che ha dedicato le proprie vetrine al film mettendo in esposizione le reinterpretazioni della scarpetta realizzate da celebri designer di scarpe come Stuart Weitzman, Jimmy Choo, Nicholas Kirkwood, Rene Caovilla, Charlotte Olympia, Salvatore Ferragamo, Alexandre Birman e Jerome Rousseau.

All’inaugurazione era presente Lily James che, coi capelli raccolti in una sbarazzina coda di cavallo ed ai piedi sandali neri di Roger Vivier con un enorme fiore nero sul davanti, si è rivelata in grado di portare con la stessa grazia silhouette più costruite e complesse, in questo caso un completo di Dior composto da un top bianco aderente e da una gonna con una delicata stampa floreale a vita alta, coi fianchi esagerati e lunga fino al polpaccio. Una silhouette altrettanto architettonica l’ha sfoggiata alla prima londinese: un lungo ed avvolgente abito di Balenciaga argento luccicante, senza spalline e tagliato in vita, con due enormi bottoni tondi in ottone, che chiudevano in alto l’uno il corpetto e l’altro la gonna, aprendo un piccolo spacco sul davanti per facilitare i movimenti, completato dai capelli lisci sciolti perfettamente in ordine portati dietro le spalle.



Lily James in Christian Dior



Lily James: gli abiti della strategica campagna promozionale di “Cenerentola”

Per le conferenze stampa ha preferito invece far mostra di una leggera ironia, indossando abiti più in linea coi tempi attuali, corti e multicolore grazie alle stampe oppure ai ricami. Ben due volte ha optato per creazioni di Mary Katrantzou, nota per le stampe ed i ricami di forte impatto visivo. Forse l’abito della conferenza di Berlino era un po’ troppo: la delicatezza vagamente infantile del tessuto color carta da zucchero della gonna, del colletto e delle lunghe maniche da camicia veniva bruscamente interrotta dalla semitrasparenza del corpetto e della parte superiore delle braccia, con dinamici ricami raffiguranti fiori e creature fantastiche simili ad iguane posizionati strategicamente, e dal volant nero applicato sull’orlo della gonna. Con i minimali sandali neri “*Minny*” di Jimmy Choo ai piedi ed una morbida coda di cavallo come tocchi finali, la James è tuttavia riuscita ad adattarlo al suo modo di vestire, portandolo con una straordinaria confidenza. Sicuramente l’abito della collezione Resort 2015 visto alla conferenza di Città del Messico si è rivelato una scelta più riuscita: portato coi capelli lisci sciolti pettinati dietro alle spalle e coi sandali blu elettrico con fiocco laterale “*Lolita*” di Alexandre Birman, dotato di spalline e lungo fin sotto al ginocchio, era un frenetico intrico di variopinti ricami surreali, liberamente ispirati al lungometraggio d’animazione “*Fantasia*” del 1940 ed ai vibranti colori degli altri classici *Disney*.



Lily James in Valentino

Anche il corto blu notte Valentino della conferenza di Tokyo, con colletto da camicia e maniche lunghe, portato coi capelli morbidi sciolti e delle décollettes color carne con un intricato cinturino dorato, grazie alla sua variegata stampa stellare era un altro chiaro rimando disneyano, stavolta alla celebre canzone “*Una stella cade*” (“*When You Wish Upon A Star*”) di “*Pinocchio*”, premiata con l’*Oscar* nel 1941. Ma l’ironia a volte traspariva anche



Lily James: gli abiti della strategica campagna promozionale di “Cenerentola”

solamente da un accessorio. Alla prima di Toronto l’attrice inglese ha sfoggiato un look più maturo firmato Dior: un abito color bianco sporco in lana e seta, con scollo a v e lungo fino al polpaccio, con una serie di bottoncini bianchi sul davanti e lungo la cucitura sulla parte inferiore della maniche lunghe, completato dai capelli raccolti in un’elaborata coda bassa e décollettes bordeaux di Aquazzurra. Ma a catturare l’attenzione era la clutch a forma di libro “*Cinderella*” di Olympia Le Tan, con ricami multicolore che ricreavano la locandina del classico d’animazione disneyano.

Adesso restano solo due cose da vedere. Primo, se la James in futuro sfoggerà altri abiti principeschi o preferirà mise più attuali. Magari trarrà ancora ispirazione dai suoi film: chissà se l’anno prossimo, per la promozione di “*Orgoglio e pregiudizio e zombie*” di Burr Steers, non tragga qualche ispirazione dalla moda ottocentesca.

Secondo, cosa invece ci riserverà la nuova prescelta della *Disney*, Emma Watson, quando fra un paio d’anni sarà il suo turno di promuovere “*La Bella e la Bestia*”.





Lily James: gli abiti della strategica campagna promozionale di
“Cenerentola”

