Bulgari si fa giovane grazie a Kirsten Dunst

Bulgari cambia volto: l'attrice ventinovenne Kirsten Dunst ha infatti sostituito la collega cinquantenne Julianne Moore come testimonial nella campagna pubblicitaria della nuova collezione di gioielli e accessori del noto marchio e del nuovo profumo "Mon Jasmine Noir".

Inoltre, anche l'atmosfera è cambiata: il servizio fotografico non è più ambientato in un salotto dal gusto retrò, ma in un soleggiato e verdeggiante giardino, dal momento che il tema della nuova collezione è l'Eden mediterraneo.

Seppure appaia come una donna sofisticata, Kirsten Dunst incarna una della prime rappresentazioni giovanili di Bulgari, più precisamente la proiezione di una ragazza che diventa donna. Ed è esattamente ciò che la Dunst sta vivendo dal punto di vista professionale.

Divenuta famosa fin da bambina grazie a lavori come "Intervista col vampiro" (1994, Neil Jordan) e "Jumanji" (1995, Joe Johnston), una volta cresciuta ha saputo alternare film da botteghino come la saga di "Spider-Man" con altri autore, ad esempio "Il giardino delle vergini suicide"(1999, Sofia Coppola) e "Maria Antonietta" (2006, Sofia Coppola). Poi, qualche anno fa, ha dovuto passare un periodo di riabilitazione in ospedale, probabilmente per depressione. Una volta uscita, ha girato alcuni film di poca rilevanza, tra cui alcuni corti diretti da lei. Ma il 2011 è l'anno della sua rivincita, con ben due importanti film in arrivo: "Melancholia" di Lars Von Trier, per cui ha ricevuto la Palma d'Oro al Festival di Cannes come miglior attrice, e "On the Road" di Walter Salles, dal romanzo manifesto della Beat Generation di Jack Kerouac.

La Dunst in Chanel Couture a Cannes nel 2011

Però, bisogna ammettere che, guardandola sul tappeto rosso, la Dunst non è affato maturata nel suo modo di vestire, anzi continua a indossare abiti informi, quasi sempre da giorno, per niente eleganti, oppure altri caratterizzati da una certa stravaganza.

Il fatto è che l'attrice americana è considerata un punto di riferimento per lo stile, più che altro dalle ragazze. Sarà, ma solo le pochissime volte che indossa l'abito giusto dimostra una sofisticatezza più adulta, come nella campagna della marca di gioielli: prima non era mai riuscita a sembrare cresciuta. E così è apparsa all'inizio del Festival di Cannes, sfoggiando un corto abito drappeggiato di Chloè e un vestito a sirena di Rodarte, la sua marca preferita assieme a Chanel: il primo era giallo canarino e il secondo a enormi pois.

Però ha chiuso il Festival sfoggiando creazioni di Chanel tutte svolazzi ed altre che non si riusciva a comprendere se fossero lunghe o corte.

Almeno rimane sempre la campagna Bulgari.