

Ha sfilato lo scorso giovedì 24 gennaio in occasione della kermesse capitolina **Altaroma gennaio 2019**, presso il Pratibus districrit -lo spazio dedicato all'appuntamento con la moda di questa edizione- con la **collezione A/I 2019/20 Malo**, il celebre marchio Italiano che fu il primo a produrre capi interamente realizzati in **cashmere**.

La casa di moda, nata a Firenze nel 1972 da un'idea dei fratelli Alfredo e Giacomo Canessa, con punti vendita dislocati nei luoghi di incontro più elitari della socialità internazionale, (da Aspen a Porto Cervo e Porto Rotondo, da Forte dei Marmi a New York, da Milano a Courmayeur, da Palm Beach a Beverly Hills, da Saint Tropez a Mosca) è stata da poco acquistata da un gruppo di tre imprenditori Italiani, Walter Maiocchi, Luigino Belloni e Mario Stangoni, - proveniente dal settore moda- con l'intento comune di rilanciare il marchio dopo un pregresso periodo di difficoltà.

Il nome “**Malo**” dal latino “**Ego malo**” -**io preferisco**- scelto per rispondere “all'io preferisco” di una sofisticata quanto esigente e cosmopolita fetta di mercato, propone da sempre un prodotto di pregio, elegante e distinto.

In passerella filati intrecciati a capi in maglia dai punti tridimensionali, trecce, intarsi, morbidi rilievi e jacquard ricamati, danno vita a un'eleganza raffinata senza tempo unica e ricercata, fatta di cappotti avvolgenti sofisticati e sartoriali nei tagli, di cardigan preziosi e soffici capaci di infondere nella mente di chi osserva quel certo non so che di estetico confort; fatta di giubbotti in velo di cammello inseriti sotto uno strato di pvc trasparente dal piglio pratico, intelligente, moderno ed originale; fatta di linee flessuose morbide e scivolate per i pantaloni con pinces a vita alta con su soffici tricot, e gonne -midi o maxi- sormontate da avvolgenti quanto confortanti pullover. Linee fluide pulite ed eleganti, lavorazioni sublimi, texture impalpabili, imprinting attuale, volumi generosi seppur nel loro rigore sobrio e gentile le linee guida della collezione.

Bianco il colore dominante della paletta, declinato nelle varie tonalità di panna e burro e accostato a toni naturali ed a varie tonalità di grigio. Ma anche sfumature di cammello e tinte materiche, intense o speziate, come il giallo, il curcuma e il terra di Siena.

Un percorso che parte dalle terre del cashmere, fa tappa tra i Limbu del Nepal, accarezza i colorati “Dhaka” caratterizzati da bellissimi pattern geometrici, per poi toccare l’estremo oriente, alla ricerca della lana di cammello e finire sulle Ande ad imparare i segreti delle preziose fibre di vigogna e Alpaca che gli inca destinavano esclusivamente agli indumenti dei Re.

Un lungo e suggestivo viaggio, e un ritorno, attraverso i codici stilistici che da decenni contraddistinguono la casa di moda.

I Cashmere, dei più pregiati, autentici e puri, arrivano da lontano, portando con sé storie tradizioni e ispirazioni.

Uno stile naturale leggero ed elegante quello del brand dal cashmere sublime, fatto di fibre di alta qualità e capi duraturi nel tempo armoniosi ed elaborati nella loro semplicità che evidenziano la ricerca di un lusso moderato e colto, frutto di scelte intelligenti, come quella di offrire un prodotto lavorato con sapienza e abilità da eccellenti maestranze Italiane.

“Io preferisco”, dunque! e a tutta forza!



