

MODA

Del 'vintage' al éxito: hablamos con J.J. Martin, fundadora de la fascinante marca La DoubleJ

Lo cuenta en el libro que ha publicado con Vendome Press. *Mamma Milano* es un homenaje a Italia, pero también una lección vital para conseguir el éxito en todo lo que te propongas.

POR MARTA MARTÍNEZ TATO

2 DE OCTUBRE DE 2023





MAMMA MILANO PUBLICADO POR VENDOME PRESS

J.J. Martin dejó su trabajo en Calvin Klein en Nueva York para irse a vivir a Milán, donde residía su pareja de entonces. Eran los noventa, unos años en los que el *marketing*, profesión de Martin, estaba poco o nada desarrollado. Así que fue un salto al vacío. El viaje vital que la llevó a crear La DoubleJ, una de las marcas de moda y estilo de vida más singulares de la industria. De este recorrido que, sin saberlo en un principio, acabó en una exitosa empresa, habla su fundadora en ***Mamma Milano***, publicado recientemente por Vendome Press.

A lo largo de sus más de 200 páginas nos adentramos en el colorido mundo de La DoubleJ mientras J.J. Martin ejerce de guía de viajes y espiritual para desvelarnos el secreto de su éxito. Sobre todo esto hablamos con ella en esta entrevista, de la que podemos tomar nota para triunfar en nuestros proyectos como lo hizo en su día J.J. Martin. O, en su defecto, disfrutar de la visión de una mujer apasionada y con una visión única de la moda, repleta de estampados vibrantes de aire *vintage* porque, precisamente, lo *vintage* fue el punto de partida de todo su universo.

PUBBLICITÀ

***Mamma Milano* es un homenaje a la ciudad, la guía para pisarla como un local, una autobiografía...
Háblenos sobre este último proyecto de La DoubleJ**

Es a la vez un viaje personal y un libro de memorias. Trata sobre el nacimiento de la empresa. Dentro del libro hay lecciones que aprendí al vivir en Italia y cómo estas me ayudaron a aprovechar mi creatividad y cómo pude hacerlo exactamente. Además, habla de mis años de trabajo en periodismo y cómo eso me abrió la puerta para conocer a la clase creativa de Milán y luego poder aprovecharlo para comenzar mi propia empresa. Realmente trata sobre cómo Milán me sedujo y sobre mi amor a la belleza de Italia y su cultura, una cultura que me enseñó a reducir la velocidad, abrazar lo inesperado y aprovechar mi energía interior.





MAMMA MILANO PUBLICADO POR VENDOME PRESS

¿Recomendaría a todos los americanos pasar un tiempo en Italia para aprender a disfrutar de la vida o más de uno acabaría de los nervios con la experiencia?

Creo que todos los estadounidenses tienen algo que aprender de Italia y de los propios italianos. Hay una especie de magia en el ritmo aquí, es un poco más lento, más reflexivo. Se trata de disfrutar realmente de los placeres de la vida, no siempre centrándose en el trabajo, una tolerancia innata que poseen los italianos, la de estar más basado en las relaciones que en las transacciones, y (por supuesto) una devoción inquebrantable a disfrutar de más tiempo de vacaciones. Hay una razón por la que los estadounidenses vienen a Italia: se sienten atraídos por la belleza natural de la misma, sí, pero también quieren sumergirse en ese tempo magnético de "*piano, piano*". Se trata de ir con la corriente, apoyarse en la espontaneidad y estar presente en el momento. Sin embargo, para que eso se experimente realmente, necesitas más de una semana. Así que, sí, en resumen, recomiendo encarecidamente pasar más tiempo con los italianos y estar en Italia.

¿Cree que todo lo que vivió durante aquellos primeros años en Italia fue el camino que debía recorrer para llegar a fundar La DoubleJ y que esta tuviera el éxito que ha tenido?

Sí, porque tenía que aprender. En primer lugar, recibí mi verdadera educación en moda y diseño aquí en Italia mientras trabajaba como periodista y entraba en algunas de las casas y talleres más bellos de arquitectos y diseñadores de interiores, etc. También aprendí a contar historias como periodista y comunicar e identificar con qué tipo de narrativas se involucra realmente el cliente. Además, estar cerca de productos y artesanías hechos con tanto mimo me permitió establecer muchas relaciones con socios clave como los extraordinarios sopladores de vidrio de Murano, Salviati o el histórico archivo Mantero en Como, que es donde obtenemos muchas de nuestros estampados *vintage*. Es mucho más difícil en Italia si no tienes ninguna relación, así que todo eso ciertamente ayudó personal y profesionalmente.

PUBBLICITÀ



Mucha de la gente que conoció en aquel tiempo fue luego clave a la hora de crear su marca, aunque por entonces ni siquiera lo supiera, ¿cree en esa especie de conexión cósmica que va poniendo a determinada gente en su camino?

¡Creo en eso al 100%! Estos son los principios de la energía. Lo más importante para atraer a las personas, oportunidades y momentos que te rodean es que tienes que tener muy clara tu intención: qué es lo que quieres. Las coincidencias que me han pasado a lo largo de los años se han multiplicado. Tal vez no presté suficiente atención en el pasado, pero es notable cuando comienzas a prestar atención a cómo el universo te está hablando y colocando a personas en tu camino que están destinadas a ayudarte de alguna manera. A veces no es tan literal como "Oh, esta persona me va a dar un trabajo" u "Oh, esta persona va a ser útil". A lo mejor simplemente esa persona aparece para enseñarte una lección vital importante.



MAMMA MILANO PUBLICADO POR VENDOME PRESS

Cuando arranca La DoubleJ lo hace como un *e-commerce* de ropa *vintage*, pero con un concepto totalmente nuevo, poniendo en el foco a la gente de Milán más interesante, desde la arquitecta Laura Sartori Rimini hasta la musa de Moschino Rosella Jardini, Angela Missoni... Fotografiándolas en verdaderos editoriales de moda, en espacios increíbles ¿cómo consiguió orquestarlo todo desde cero y que todos ellos accedieran a participar en un proyecto que estaba empezando?

Mi trabajo como periodista durante los anteriores 15 años ayudaron mucho. Que hubiera formado parte del equipo de revistas como *Wallpaper*, *WSJ* y *Harper's Bazaar* como escritora y editora me ayudó a saber de todo: desde cómo transportar muchos sombreros hasta cómo producir un *shooting* de moda, ejercer de estilista y, además, escribir sobre ello. De manera que cuando comencé con La DoubleJ estaba más que acostumbrada a hacer muchas

tareas al mismo tiempo. Durante mis primeros años en Italia no conocía a nadie, y esa era una de las cosas que más frustración me provocaban. Me llevó un tiempo empezar a conocer a gente, pero después de cinco años estaba empezando a tener mis contactos. Después de 10 años fue como “¡Guau! Tengo una agenda llena”, que a partir de entonces empezó a florecer. Durante aquellos primeros años trabajé mucho en las semanas de la moda y del diseño de Milán, donde tuve oportunidad de entrar en casa de gente muy interesante o de que se me abrieran las puertas de determinados *palazzos*. Muchas de aquellas personas no eran lo suficientemente famosas o no invertían en publicidad como para aparecer en las grandes revistas y siempre sentí que sus historias eran las que merecían ser contadas. Especialmente por su manera de vestir o de decorar sus casas, dos aspectos en los que me fijaba mucho. Aprendí mucho de ellas.

¿Cuáles son los recuerdos que más atesora de aquellos comienzos?

Estuve trabajando siete días a la semana durante tres años, pero también tenía mucha energía y entusiasmo, realmente era un proyecto propio que me apasionaba, que nació del corazón, algo de lo que hablo en *Mamma Milano*. Esta idea de que cuando creas desde ese lugar de autenticidad y verdadera pasión es mucho más fácil porque te diviertes mientras lo haces. También es muy estresante, por supuesto, pero esa base de pasión por el proyecto le dio una especie de efecto de bola de nieve. Me encantó trabajar con amigos que estaban haciendo proyectos increíbles, como Luca Cipelletti, que creó nuestro Wunderwall; Alberto Biagetti, que estaba haciendo todos los gráficos para mi sitio web; y Alberto Zanetti, que tomó todas las fotografías que se volvieron tan icónicas y reconocibles.





MAMMA MILANO PUBLICADO POR VENDOME PRESS

La marca evolucionó cuando vio que empezaba a quedarse sin ropa *vintage* que vender, creando prendas nuevas, pero con ese sello *vintage* tan característico muy presente. Gracias a eso La DoubleJ es una marca ajena a las tendencias y totalmente original, ¿cree que ahí radica su éxito? Estamos mucho más interesados en hacer que la gente se sienta bien que en dictar a la gente lo que necesitan ponerse. Al principio, estaba obsesionada con la ropa *vintage* y luego comencé a hacer muy pocas piezas: un vestido, una camisa, una falda con estampados *vintage*. Nunca tuve la intención de hacer algo relevante desde el punto de vista de la moda. Únicamente estaba escogiendo artículos, diseños, patrones y creándolos de maneras que me hablaran personalmente, cosas que quería usar. A pesar de que nuestra colección ha crecido tanto y ya está organizada como una marca de moda al uso, sigue siendo muy accesible, muy llevable, mientras que al mismo tiempo compite con muchas marcas de lujo porque producimos en algunas de las mejores fábricas de Italia. Tampoco nos preocupa quién va a llevar cada prenda, creemos que tenemos una pieza para cada persona.



JEANNE PERROTTE / MAMMA MILANO PUBLICADO POR VENDOME PRESS

¿Sigues comprando ropa *vintage* o su energía está centrada exclusivamente en La DoubleJ?

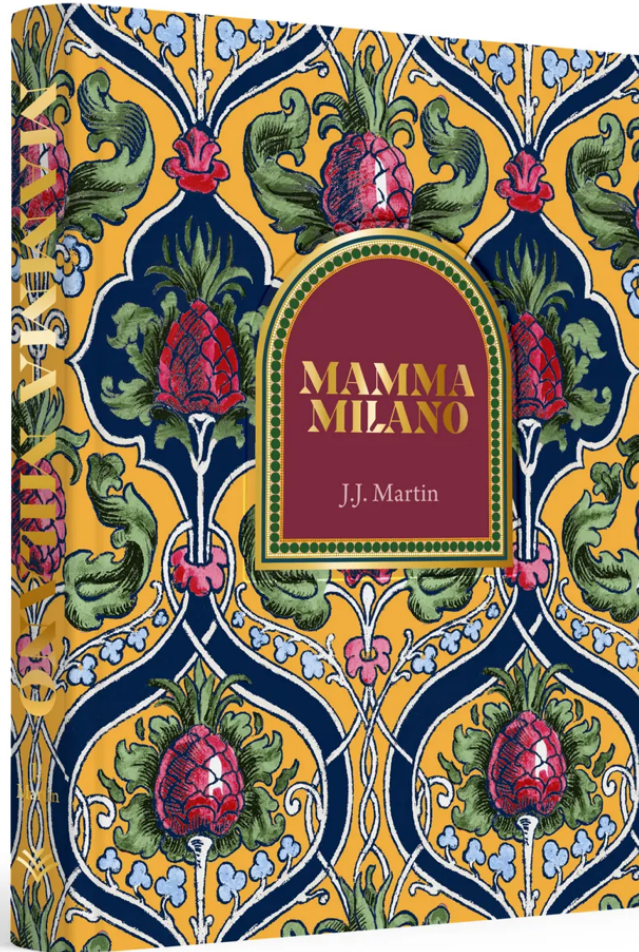
A veces, si me tropiezo con algo verdaderamente notable en un rastrillo benéfico o una pequeña tienda *vintage*, lo compro. Últimamente sobre todo me fijo más en objetos de decoración. De todos modos, nunca compré para crear una colección impresionante. Cuando adquiría algo era porque realmente me emocionaba, esa pieza que hace que mi corazón lata. Hablo de eso también en el libro, de prestar atención a las señales de tu cuerpo cuando estás tomando decisiones. Tu cuerpo es sabio y te está dando constantemente una información que tu cabeza no te da.

VANITY FAIR

España ▾ Newsletter Suscríbete ☰

Realeza Sociedad Poder Lujo Cultura Vídeo Podcast Compras La Revista

de esta manera mantendrás la motivación. A nadie le va a importar tu proyecto como te importa a ti. Tienes que ser la guía de los demás, inspirar a los demás. Empezar un nuevo negocio o una marca por tu cuenta es una tarea extremadamente retadora y tienes que estar muy seguro de lo que quieres para mantenerte firme cuando lleguen las dificultades. Es como si estuvieras casada con tu proyecto y tuvieras la determinación de que nunca vas a divorciarte. Ese es el tipo de dedicación que te ayudará a mantenerte a flote pase lo que pase.



Blank hard cover book template, blank book cover for design isolated on white background, 3D rendering HSTRONGART

También te puede interesar:

- **Isabella Borromeo:** “Guardo muy buenos recuerdos del Madrid de los noventa, cuando salía con el rey Felipe y otros amigos a Pachá”
- **Barbra Streisand** nos recibe en su casa para hablar de música, perros, frases para ligar y las películas que aún quiere hacer
- **La nueva moneda de 40 euros de Leonor:** retrato inédito y su propio escudo de armas para celebrar sus 18 años
- La teoría del zapato equivocado: **Sarah Jessica Parker** confirma que el truco de estilo de Carrie Bradshaw es perfecto en 2023