

Kartell La Double J., Corporate Mention
La Double J, Personale
La Double J, Costume
Oprah Winfrey, Personaggio

La Double J, About the Brand
La Double J, Vestito/completo
La Double J, Vestito/completo

CHI È

Jennifer Jane Martin, 45 anni, californiana, con un look della sua collezione DoubleJ

LA SCIURA

Jennifer Jane Martin s'innamora di Milano quando, per seguire il marito, lascia New York per l'Italia. «Vedevo le donne andare in bici di giorno vestite in Prada e con i tacchi. E io volevo essere come loro». Comincia così un'avventura che l'ha portata a fondare un brand, LaDoubleJ, che ora, quello stile, lo sta portando nel mondo

di Michela Proietti

E poi arrivarono le scure le visone tutti felici e contenti. Potrebbe essere questo il foto fine della storia di Jennifer Jane Martin, per tutti J.J. Martin, 45 anni, che nel 2008 si trasferisce a Milano. Sono state proprio le donne milanesi, con il loro stile inconfondibile, a far capire alla giovane professionista californiana, ispirata dall'energia e dai colori, che quella era la città dove poter esprimere attraverso un marchio, LaDoubleJ, che oggi è uno di quelli in ascesa nel post-à-poter, «sono nate e cresciute in California, ho vissuto a San Francisco dove lavoravo nella pubblicità e poi a New York, occupandomi di marketing per Calvin Klein». Quando decide di lasciare l'America per seguire il marito, l'imprenditore Andrea Ciccoli, si ritrova in un mondo che all'inizio non capisce: «Non conoscevo nessuno e soprattutto non avevo più un lavoro, così ho iniziato a scrivere come corrispondente dall'Italia per Fashion Week Daily, uno dei primi quotidiani online di moda. Ma a Milano all'epoca nessuno leggeva quotidiani online», racconta J.J. Martin nella boutique Bici di Capri, durante un evento organizzato da Susanne Thun, una di quelle milanesi conosciute appena arrivata in Italia. «Da un po' di tempo le mie muse, sono state le donne come lei, nel 2008, a prendermi tutta la mia attenzione. Le vedevo andare in bici di giorno vestite in Prada e con i tacchi. E io volevo essere come loro».

In un universo fatto di donne impegnate, capaci di lavorare 12 ore al giorno e poi andare a casa, impossibili, per ricevere gli amici all'ora dell'aperitivo con un aperitivo al bar. Considerando, diventando loro amica, scoprendo la figura di alcuni gesti «come quello di farsi precedere da un mazzo di fiori prima di partecipare a una cena». J.J. Martin capisce che vuole presentarsi a tutto il mondo, a partire dall'America, «a un certo punto ho deciso che volevo impacchettare quello stile unico e portarlo ovunque, perché tutti dovevano sapere che esistevano donne così». Nel frattempo anche gli artisti scelti per il Fashion Web Daily diventano costri di amici e amici che Steve Menkes conosciuta J.J. Martin per proposte di lavorare per l'Internazionale Herald Tribune. Da lì arriva Harper's Bazaar US, poi il magazine Wallpaper e infine l'illuminata WSJ del Wall Street Journal. «Ho ormai finito interesse e mi è spostato tutto sugli abiti. È stato mio marito a suggerirmi di iniziare un business con il mio archivio vintage, me lo ha dato in tanti anni di mercatini».

Nasce così LaDoubleJ.com, che non è solo un sito di e-commerce, ma anche una rivista online. «LaDoubleJ.com è diventata da subito una esperienza di scrittura, con storie magiche che accompagnavano ogni look con le donne milanesi come modelle. Ho chiesto all'amabile come Rossana Orlandi e Nina Yasari di posare per me, era il 2015 e nessuna rivista in Italia aveva mai fatto prima una cosa del genere. Ricordo che Franca Sozzani era molto colpita da questa novità».

La nuova sfida arriva di lì a poco: creare un abito nuovo ma con stampe vintage. Nasce così il primo vestito LaDoubleJ «sapevo le maniche corte, abbiamo chiesto a Gattone di poterlo fare durante la settimana della moda». Dopo quell'abito sono arrivate gonne lunghe, camicie, persino bikini e mini skirt, tutti accomunati dalle stampe inconfondibili e da un prezioso trattamento inforato rispetto a un tipico prodotto di lusso. «I nostri abiti sono interamente made in Italy, dai tessuti alla produzione, ma costano il 40 per cento in meno rispetto alla stessa fascia di prodotto. Credo che uno dei segreti di LaDoubleJ sia quello di far sentire nessuno escluso: se vedo una pubblicità di un marchio di lusso spesso mi sento tagliata fuori. Il nostro è un brand inclusivo». Questo anche grazie a una comunicazione molto spontanea, come la mancata di LaDoubleJ in via Montenapoleone durante la settimana della moda. «Ho chiamato le mie amiche e ho chiesto loro se gli andava di farlo: è nata una storia dove anche la fotografia, curata da Alberto Zanetti, era molto scherosa. Oggi finire in una delle stories di J.J. Martin è una medaglietta conquistata nel campo del fashion: essere scattati e apparire e a quel gruppo di donne che ti danno tendenze in fatto di look. «Coinvolgo raramente blogger perché credo che le donne di cui le mie amiche vogliono sapere tutto sono le real faces italiane. Ma



«Coinvolgo raramente blogger perché credo che le donne di cui le mie amiche statunitensi vogliono sapere tutto sono le real faces italiane»



FACCINE Lucia Marterio indossa l'abito Faccine realizzato con le sete della sua azienda



INTERO SURF Nella collezione swimwear l'intero surf da portare anche fuori dalla spiaggia

AMERICANA



TRAPEZIO J.J. Martin e Susanne Thun, una delle sue muse, a Capri la sfilata indossa il Trapezio



LE CELEBRITIES Sono tante le celebrities americane fan del marchio: tra queste Natalie Portman e Oprah Winfrey

LIBELLULE A TAVOLA Il nuovo progetto è la linea di piatti e tovaglie con le fantasie del marchio, come Libellule
PIGIAMA CAN CAN Un pezzo della nuova collezione autunno inverno 2018/2019: il pigiama con fantasia Can Can

2015

Fanno di fondazione del marchio LaDoubleJ

Così lo stile Milano Lo stile milanese va oltre la moda, è un modo di essere. Nessuno sa indossare il beige e il mocassino come la sciarra. Il motivo è semplice: per lei la moda è cultura non solo vestimentaria. Interpreta lo stile sobrio con creatività e audacia. Come dire: l'understatement lasciamolo alle inglesi



Sopra, J.J. Martin con il marito, l'imprenditore Andrea Ciccoli. Sotto, con Carla Sozzani, una delle signore dello stile milanese



allo stesso tempo non ho mai fotografato una donna che non conosco, solo perché mi piace il suo stile: mi circondo di persone che mi trasmettono energia. LaDoubleJ oggi è una collezione di abiti dai nomi evocativi come «Faccine» (visone) o «Pillucco» (Pillucco Dress) nato dalla collaborazione con Maria Louise Scio, dell'Hotel Il Pellicano di Porto Erice. «Credo molto nelle collaborazioni con marchi che sento vicini a me, come quello delle sorelle Viola e Vera Arrabene» o con Marta Ferri. E dalla mia ho la fortuna di non piacere a donne come Kim Kardashian. Tra le stampe inconfondibili c'è «Agnone», una delle più vendute, ma anche «Papereri» e la nuova «Libellule». «Sto creando un prodotto molto italiano da portare nel mondo: così capiti che nelle etichette dei miei abiti racconto la storia delle sete di Mantova, del design di Kartell e dei grandi nomi italiani con cui collaboro».

Da qualche tempo firma anche una linea per la tavola. «Abbiamo venduto 2000 piatti in tre settimane». Niente male per una giovane americana che ammette di essere arrivata in Italia senza aver idea di come apparecchiare e ricevere: «Non solo non sapevo cucinare, ma ignoravo qualsiasi tecnica di decoro. In America le donne in carriera non riescono a stare dietro alla casa come accade in Italia. Da questa osservazione è nata nel sito anche la sezione «school of culture» in cui si svelano i piccoli segreti domestici. «Quando sono arrivata in Italia volevo tutti i costi entrare nel guardaroba e nei frigoriferi delle scure. Dalle italiane ho imparato anche a rilassarsi: in America è tutto regolato, se una cena alle 20 non puoi andare neanche di un minuto o portare un'amicizia in più».

Per la legge dei vasti comunicanti J.J. Martin portato nel mercato italiano i suoi amati colori, accendendo un po' quel guardabobo monocromatico che spesso a torto, viene fatto coincidere con l'eleganza. «I colori hanno una magia e nessuno vuole una vita in bianco e nero. Da noi è impossibile trovare la maglia a girocollo blu». Oggi il mercato numero uno è l'America, ma l'entusiasmo per il marchio in Italia è crescente, grazie a questo doppio registro italo-americano: della tribù di J.J. Martin fanno parte milanesi ma anche donne internazionali come Patricia Urquiola. «Prima le scure erano quelle che indossavano il mezzo tacco con la borsa coordinata. Oggi sono le donne più alla moda del mondo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

