



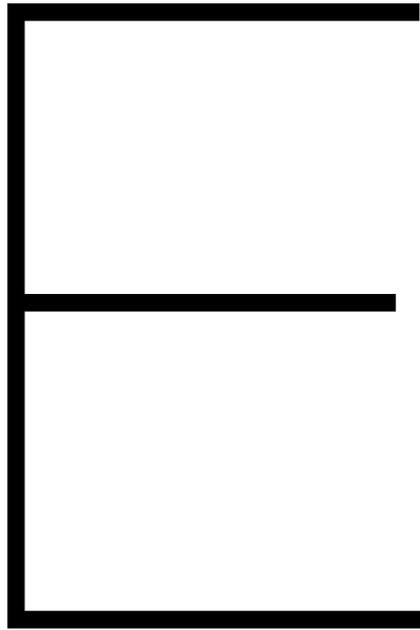
Detrás de esas lentes de sol rotundas, grandes y ahumadas se esconde el talento de *Martine Assouline*. Ella y su marido Prosper llevan 20 años revolucionando el mundo editorial del lujo con el sello que lleva su apellido. Suyos son los llamados *coffee table books*, esos ejemplares maravillosamente editados, a medio camino entre la obra de arte y el objeto de deseo, que recorren la vida, entre otros, de Coco Chanel, Cecil Beaton, Valentino o escudriñan las casas más apabullantes de los Hamptons o el París del Charleston. Se podría decir que cualquier vip que se precie que no cuente con su propio monográfico Assouline no es nadie. En su casa de París nos cuenta la razón de su éxito.

Escribe: VIS MOLINA Fotos: NICOLAS GUERIN Realiza: GABRIELA BILBAO

Tras las gafas

Martine de espaldas al ventanal de su casa que se abre a los jardines del Palais Royal. Lleva jersey, ESCADA, cinturón, HERMÈS, falda, MAX MARA y zapatos, MANOLO BLAHNIK. (Ver guía de tiendas)

de Assouline



El otoño cubre inmisericorde las calles de París en esta mañana de octubre. Cruzo el jardín de Les Tuileries, con los árboles ya vestidos de rojo, y me dirijo hacia el Palais Royal. En una calle silenciosa y reservada, se encuentra la casa de Martine y Prosper Assouline, un magnífico dúplex con suelos de madera antigua cuyos balcones se abren sobre el parque rectangular del Palais como si se tratara de su jardín particular. Una gran puerta acristalada da paso a una escalera tapizada con una mullida alfombra color burdeos. La voz con acento latino de Josefina, la empleada doméstica de la familia Assouline, nos recibe solícita e inmediatamente nos ofrece un desayuno servido en bandeja de plata.

Paredes pintadas en un relajante gris paloma, mobiliario clásico iluminado con lámparas de diseño; esculturas étnicas, fotografías realizadas por el dueño de la casa y obra contemporánea, conviven sin empaques con un irresistible ambiente de hogar en el que no falta una pequeña humedad en una esquina o una tapicería algo raída en la butaca junto a la chimenea. "Aquí nunca ha entrado un decorador", me contará poco después Martine, mientras la voz profunda de Charles Aznavour inunda su confortable salón.

EL PERIPLO DE LA PEQUEÑA MARTINE

Niza, la feliz y sonriente ciudad costera donde siempre luce el sol, azotada el pasado verano por las crueles garras del terrorismo islámico, es donde se hunden las raíces de Martine. De ahí procede toda su familia paterna. Su abuelo, el barón Charles Buchet, era el propietario del periódico *L'Eclair de Nice* (hoy *Nice Matin*). En 1944 fue detenido por la GESTAPO y deportado a un



campo de concentración, en Alemania, dónde murió un año después. Su hijo, el barón Claude Buchet, es el padre de Martine. Casado con una portorriqueña, fue destinado a Costa de Marfil, donde nacieron Martine y su hermano, y donde ejerció cómo director de la compañía de navegación Chargeurs Réunis. Se trasladaron después a Nigeria, Camerún y Lima, donde Martine vivió una adolescencia feliz y despreocupada. La familia regresó años después a Niza y, muy cerca, en la bellísima Saint Paul de Vence, en plena Costa Azul, sería donde cambiara para siempre el destino de Martine y Prosper Assouline.

Hace algo más de veinte años, durante uno de tantos veranos transcurridos en el legendario hotel La Colombe d'Or, el matrimonio disfrutaba de la siesta bajo la sombra rallada del cañizo del porche. Prosper tuvo una de sus visionarias ideas: escribir un libro sobre ese hotel cargado de historia. Él haría las fotos y Martine escribiría los textos. Sería un libro único, de una aplastante belleza. Después de la cena y, con un gin & tónico en la mano, le expusieron la idea a Francis Roux, el propietario. La primera reacción de Roux fue una rotunda negativa. Pero los Assouline, lejos de arrugarse, regresaron a París y allí crearon una exquisita maqueta del libro que tenían entre ceja y ceja. Un fin de semana de otoño regresaron a Saint Paul de Vence para mostrarle su trabajo a la familia Roux y ahí sí que ganaron la partida. *La Colombe*

d'Or fue el primer libro que editaron los Assouline, y con él el mundo fue testigo de la revolución de los *coffee table books*, esos libros exquisitos, a medio camino entre la obra de arte y el objeto de lujo que, con sus impactantes ilustraciones, su delicado papel y su extraordinaria calidad editorial, nos hacen soñar. Hoy, 1.300 libros después, Assouline es una referencia en el mundo de la cultura, el arte, y el *lifestyle*.

¿En algún momento pensaron que iban a poner el mundo editorial patas arriba?

En absoluto. Prosper tenía una agencia de publicidad llamada Trilogie Assouline, desde la que creaba campañas para marcas de gran lujo. Y yo trabajaba como directora de comunicación de la Maison Rochas. Nuestra pasión eran y son los libros y nos entusiasmaba la idea de lanzar una colección de volúmenes de lujo, editados con esmero. Pero nunca pensa-



Martine en el salón de su casa. "Aparte de las gafas de sol, que las tengo por docenas, siempre llevo aros y unas gotas de *Femme de Rochas*".

mos que nuestro *hobby* se iba a convertir en un negocio en toda regla.

A ese primer libro, que sigue siendo el icono de la casa, le siguió el que llamaron *Oro y plata*, un espectacular volumen cosido a mano, en gran formato, con las fotografías de los maravillosos trajes de luces de toreros de renombre firmadas por Peter Müller. Y después vino *L'Esprit Serge Lutens*, un ejemplar único sobre el universo creativo de este artista ilustrado, con sus propias fotografías e impreso en Suiza.

Después de estos tres libros deci-

dieron ir a la Feria de Miami de 1996, un hito importante para Assouline.

Efectivamente, allí nos presentamos con nuestros tres libros bajo el brazo, sin haber concertado ninguna cita, tal era nuestra ingenuidad. Pero ocurrió algo mágico: la gente se arremolinaba en nuestro stand, hacían cola para tener una reunión con nosotros y proponer-nos temas, fotografías, etc... Sorprendimos al sector editorial porque mostramos unos ejemplares diferentes, muy modernos y producidos con una calidad extraordinaria. No había nada igual en el mundo de arte eran convencionales y profundamente aburridos. Dimos un salto cualitativo en nuestro planteamiento empresarial. Contratamos a un gran distribuidor que hizo llegar nuestros libros a todos los rincones de USA y eso fue definitivo. En el año 1999 nuestro sello ya era muy conocido en USA.

SOLOS SOMOS MÁS NOSOTROS "Salir de las librerías", ésta es la frase que su marido tenía cómo lema y que finalmente se haría realidad.

Sí, cuando nuestra editorial empezó a consolidarse, Prosper tenía ese objetivo. Yo no acababa de entender bien el profundo significado de sus palabras hasta que, en 2003 Bergdorf Goodman nos propuso tener un *corner* en sus almacenes de Manhattan. Y ése fue el punto de inflexión de nuestra trayectoria. Hasta entonces estábamos en las li-

brerías, mezclados con libros de autoayuda o guías de viaje, que no tenían nada que ver con nuestro universo y que dificultaban que se nos viera. Es como colocar una chaqueta de Armani en un escaparate, mezclada con prendas de marcas de otro nivel. Así que creamos nuestro propio espacio en esos almacenes tan representativos de Manhattan, y producimos unas velas para ayudar a crear el clima tan especial que necesita un libro Assouline. Luego ya en 2006, decidimos abrir nuestra primera tienda en París, en la rue Bonaparte, un

“En un viaje con mi marido a Essaouira, empezaba a oscurecer y buscamos un sitio para cenar. PEDIMOS MESA EN UN CAFÉ MUY POPULAR lleno de gente y, como no tenían, nos ofrecieron una en la azotea. Cenamos solos frente a un atardecer impresionante. Un lujo”

espacio muy cuidado donde se recrea perfectamente ese momento único dedicado al placer de tener uno de nuestros volúmenes entre las manos, con un buen café o té. Y ahora ya tenemos tiendas propias en Venecia, Londres, Estambul, Ginebra, Seúl, Miami, Santiago de Chile, Lima y Mexico DF. Nuestra gran ilusión es abrir en Japón, un país que nos fascina.

Parece milagroso que una editorial pueda triunfar en plena era digital.

Jamás renegaría de la tecnología, uso iPad, ordenador y móvil y eso facilita mi vida personal y profesional. Pero los libros Assouline son objetos de culto para los amantes del arte, del diseño, de la moda, de los viajes ...

Y finalmente llegó lo que era de esperar: el traslado a Nueva York.

Sí, en 2007 decidimos irnos a vivir a Manhattan y ahí seguimos. Alexandre, nuestro hijo pequeño (que tiene 24 años) se vino con nosotros, y buscamos un apartamento en el Upper East Side, muy cerca del Lycée Français, donde él iba a estudiar. En París está nuestra familia, nuestras raíces, nuestro hogar y nuestros amigos, pero en Nueva York está nuestra oficina. Trabajar allí es muy fácil. Todo es posible, ágil y la gente acoge con gran entusiasmo y alegría cualquier nuevo proyecto. Es muy estimulante porque todo está en continua ebullición.

¿Cómo es su vida en la Gran Manana?

Frenética, intensa y agotadora, pero muy rica en experiencias. Nos fascina el ritmo de la ciudad y su contagiosa energía. Y Assouline ha crecido de forma notable y sólida desde que cruzamos el charco. Allí tenemos un equipo muy consolidado, que dirigimos Prosper y yo. Él se ocupa de la creatividad y el desarrollo empresarial, yo soy la directora editorial, y nuestros dos hijos forman parte del negocio. Sébastien, el mayor, controla el mercado y las operaciones en Europa. Y Alexandre se ocupa de e-commerce y social media. Trabajar con nuestros hijos, nos da una visión más abierta del negocio.

¿Cómo se ve Europa desde el otro lado?

Como algo muy atractivo y elegante, pero a la vez *vintage*. Me preocupa, porque me siento muy francesa y europea, pero nuestro continente se está convirtiendo en algo arcaico.

Algunos títulos han hecho historia.

La trilogía *Chanel* (Moda, Perfumes y Joyas) es uno de nuestros libros más exitosos desde que salió al

mercado, en 2013, con más de 30.000 ejemplares vendidos en todo el mundo. El libro sobre Frida Kahlo ha sido todo un triunfo porque su realización ha sido enormemente dificultosa desde el punto de vista de la documentación, igual que nos ocurrió con el de Cecil Beaton. Y los dos libros sobre Lee Radziwill (*Happy Times* y *Lee*) son emblemas de la casa y grandes éxitos de ventas.

Su relación con Lee Radziwill empezó de manera un tanto peculiar.

¡Desde luego! Un buen día sonó el teléfono en nuestras oficinas de Manhattan. Una dama preguntaba por mí, y resultó ser la propia Lee en persona. Conocía nuestro trabajo y nos propuso un libro sobre ella. Naturalmente dijimos que sí y ha sido uno de nuestros grandes éxitos. Lee despierta una enorme fascinación, porque representa la América dorada de Kennedy, Jackie O, Marilyn y Warhol. No olvidemos que ella fue uno de los *cisnes* de Truman Capote. Ahora somos grandes amigas, y a menudo quedamos para almorzar o cenar en Nueva York o París.

EL GRATÍN DE BERENJENAS DE JOSEFINA

Un fondo editorial de más de 1.300 títulos, traducidos a veinte idiomas, y distintas colecciones que tratan temas sofisticados y mundanos como el sombrero Panamá, la historia del bikini, las suites de los hoteles más lujosos del mundo o las mejores casas de los Hamptons. Este espíritu chic y elitista son las señas de identidad de una marca que defiende el lujo y la sofisticación bien entendidos. De manera que hoy en día, en un hogar *comme il faut* no puede faltar un libro Assouline.

¿Qué es para usted el lujo?

Nunca me ha interesado el derroche ni la puesta en escena ostentosa y superflua. Me gusta más hablar de exclusividad y sensualidad, de confort y estilo que de lujo y riqueza. Recuerdo un viaje que hice con mi marido a Essaouira. Empezaba a oscurecer y buscamos un sitio para cenar, cuando nos encontramos frente a un café muy popular, lleno de gente local. Pedimos una mesa y como estaba completo, nos invitaron a subir a la azotea y nos colocaron allí una mesa para dos. Cenamos los dos solos frente a una puesta de sol impresionante, con una luz bellísima. Eso es el lujo

para mí, y está lejos de los parámetros del dinero.

Su casa es cálida y muy acogedora. ¿Les gusta recibir?

Lo hacemos continuamente. Yo soy algo perezosa, pero Prosper es enormemente sociable y entre él y Josefina lo organizan todo. Prosper se encarga de los vinos y de crear un ambiente especial. Yo disfruto decorando la mesa y Josefina es una excelente cocinera. Su gratín de berenjenas y tomate se ha hecho famoso entre nuestros amigos, igual que el tiramisú y el tajine de pollo con verduras.

¿Cuáles son sus direcciones secretas en París?

Me gusta pasear junto al Sena, por las calles del Marais y los alrededores de Notre Dame. Para cenar me encanta L'Ami Louis, un *bistrôt* de toda la vida frecuentado por gente del cine y dónde sirven el mejor *poulet rôti* del mundo. Y también vamos mucho a Chez Ferdi, un restaurante de tapas con un ambiente muy sofisticado y mundano, de gente de la moda. Y siempre que puedo voy al Marché aux Puces, donde compro platos y otros complementos para decorar la mesa.

¿Y en Manhattan?

El MET es mi museo de referencia, y pasear por Central Park en otoño y primavera es una experiencia única. Para cenar nos gusta mucho Il Buco, una *trattoria* muy divertida y con platos deliciosos. También solemos ir a Chez Beatrice, pero para ocasiones especiales nuestros restaurantes preferidos son Oyster Bar de Central Station (muy neoyorquino, con excelentes ostras y un decorado que te hace sentir cómo si estuvieras en una película de los años 50), y Red Booster, en Harlem, con ambiente muy bohemio y sesiones de jazz en directo los lunes por la noche.

La tarde cae sobre París y Martine espera encantada la visita de Charlie, su única nieta. Una niña de seis años que promete ser toda una belleza. Juntas, sentadas en la alfombra frente a la chimenea, se entretienen haciendo pompas de jabón hasta que Martine interrumpe el juego para decorar la mesa. Hoy vendrán a cenar Marisa Berenson y Azzedine Alaïa, dos amigos muy entrañables que disfrutan con la cocina de Josefina. “¿Cuál es el menú?”, le pregunto. “Naturalmente, gratín de berenjena, tomate y queso, y tiramisú de postre”, apunta Josefina. **T**