Les enseignes se lancent sur le marché de la mode islamique

29/03/2016 à 8h48

La marque suédoise H&M, il y a un peu plus de six mois, avait sauté le pas, en faisant apparaître, pour la première fois, dans une de ses publicités, une jeune femme musulmane dont les cheveux et le cou étaient recouverts d'un foulard.

La firme japonaise Uniqlo a en effet annoncé la mise en vente de hijabs (voiles islamiques) dans son magasin de Londres et Marks and Spencer commercialise désormais des maillots de bain couvrant l'intégralité du corps de la femme, excepté le visage, les mains et les pieds, dans ses magasins britanniques. Et même la haute couture s'y met, à l'instar de Dolce & Gabbana, qui a baptisé sa nouvelle ligne « Abayas » (…)

En 2019, le marché musulman devrait représenter une manne de 500 milliards de dollars (443Md€), presque deux fois plus qu'en 2013.

Source

Merci à **T M**