La marque Gap surprend en affichant une femme voilée en vitrine

25/05/2017 à 17h46

L’enseigne américaine Gap provoque la polémique avec la photo d’une femme en hijab, en vitrine de ses magasins, dans le monde entier, aux côtés d’autres visages d’origines et “de styles divers”.

> *Interrogée par Le Figaro, Gap défend son intention: «Nous ne vendons pas le hijab qui apparaît sur cette image, néanmoins, Gap est une marque qui célèbre la diversité. Nos clients et les employés ont des origines, des religions et des modes de vie très différents et nous les soutenons tous.»*

Il fait plus de 29° en ce début de semaine à Aix-en-Provence. À la vue d’une femme voilée de façon stricte, en manches longues, sur une affiche, en vitrine d’un magasin Gap, des passants marquent leur surprise, se disant qu’il doit être pénible de porter un hijab par grosse chaleur. L’indication «must have de la saison» ayant été apposée près de ladite photo en vitrine, beaucoup, interloqués, ont cru que le hijab était ironiquement présenté comme une pièce estivale…

«*C’est hallucinant, choquant, on peut penser que Gap fait l’apologie du hijab*», s’étonne une jeune fille. Ici, comme ailleurs en France et dans le monde, cette campagne publicitaire de l’enseigne américaine, suscite des réactions sur les réseaux sociaux. **Selon les pays et les religions, des personnes menacent de boycotter la marque alors que d’autres y voient un message de tolérance.** […]