

NUMÉRO 52 • 290 € *Gazelle*

LE MAGAZINE DE LA FEMME MAGHRÉBINE

Gazelle

WWW.GAZELLEMAG.COM

Juillet-Août

LE BRONDE
LA COLORATION
TENDANCE
DE L'ÉTÉ

TEST
QUELLE
SUMMER GIRL
ÊTES-VOUS?

MAREK HALTER
«KHADJA,
UN MODELE POUR
TOUTES LES
MUSULMANES»

ADOPTER
AU MAGHREB

“MON MARI
VIENT DU BLED”

ALGÉRIE
LES OUBLIÉES
DE LA DÉCENNIE
NOIRE

LES HIJABISTAS
À L'ASSAUT
DE YOUTUBE

MODE

LUMIÈRE
ORIENTALE
PAR ELYSSA B.



Le **RAMADAN** *en été*

TOUT SAVOIR POUR BIEN VIVRE
LE MOIS SAINT SOUS 40°

M 05935 - 02 - F: 2,90 € - RD



MAR: 25 DH - ALG: 300 DA - TUN: 4,90 DWT
BEL: 2,80 € - CH: 4,95 - CAN: 4,95 \$CAN

ct entrepris,
in de vérifier
riétaire
bien répondu
de dans des
ables. L'idée
efficace est
expérience
... « Ma
oi adorons
i moi-même
rs pays dans
ments du monde quand j'étais
. Une fois en couple, j'ai vite
mon épouse en profitait moins
D'où l'idée de Travelmuz ! »
di Rebhi. En effet, pour
musulmane voilée, piquer
e rafraîchir dans une belle
e délasser sur une plage de
vient parfois de l'ordre du
es entrepreneurs l'ont bien
our celles qui n'auront pas la
uer une maison avec piscine
s pourront se rabattre sur la
s en burkini, s'il vous plaît !
e d'avantage chaque été. « Je
té, j'ai simplement regardé
femme voilée s'habille dans la
ve qu'elle est de plus en plus
llée avec des couleurs flashy, des
C'est ce qui a inspiré Nabil
ant et créateur des modèles
Folle Evidence. Sur la base
de corps et d'un pantalon
Nabil Hamza a imaginé des
dos nus imprimées, voire des
ges à volants... Situé entre
isie, cet entrepreneur se dit
non pratiquant ». « Je me suis
burkini pour répondre à la
consommatrices. » Et son pari
ses commandes dépassent
Maghreb ou d'Europe et
même de Chine...

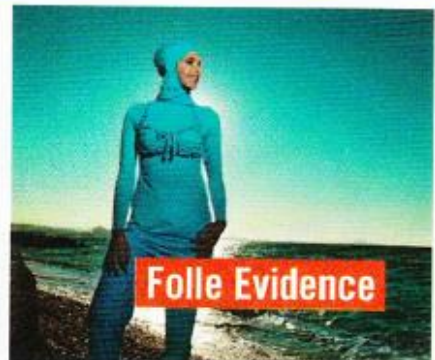
Maillots pour hommes

Mais dans le chapitre maillots
de nouveauté est le maillot
ers. Le Musulman moderne
qui aime simplement se
ances a enfin son maillot
in. « Un maillot que nous
travaillé durant un an. Nous
produit de qualité qui respecte la
saine, mais aussi stylé et mode
ne pas l'autre ! » explique
Un des trois associés
de la marque « Rajoul » («



Travelmuz

travelmuz.fr



Folle Evidence



homme » en arabe, ndlr). La marque a
été imaginée par les trois amis d'enfance
les pieds dans l'eau, sur une plage de
Dubai. « Nous avons constaté que dans ce
pays musulman, les hommes se baignaient
en tee-shirt ! Puis nous avons remarqué
la même chose dans les autres grands pays
d'innovation musulmane tels que la
Malaisie... Personne n'avait pensé à créer
un maillot de bain qui respecte la pudeur
de l'homme musulman avant nous »,
poursuit-il. Pour les messieurs, rester
pudiques et cacher la « hora » (parties
du corps considérées comme intimes, ndlr)
signifie de ne pas dévoiler les cuisses, les
genoux mais surtout le bas ventre dont le
nombril. Ce short long style surfer est
décliné en trois couleur : noire, beige-
gris et vert anis. « Le noir est un classique
indémodable, notre meilleure vente, le beige-
gris est apprécié des jeunes mariés autour de
la trentaine, il fait sobre et raffiné. Enfin, le
vert attire les jeunes majeurs célibataires »,
précise Imel. Tout comme Travelmuz,
les entrepreneurs ont été inspirés par
leur expérience quotidienne en tant
que musulmans-consommateurs. Mais
chez « Rajoul », on s'inscrit aussi
et sans rougir dans une
logique de business.
« On estime qu'un
quart de la planète sera
musulmane en 2030
et cette population sera
toujours aussi jeune. Un
marché en pleine expansion,
car il y a encore beaucoup
de besoins à satisfaire.
Bien sûr, c'est un
grand marché, mais
nous sommes fiers

de répondre à un besoin concret, à notre
humble échelle... » Le consommateur
musulman évolue chaque jour et ses
demandes sont de plus en plus précises.
Ce qui se voit dans les nouveautés sur le
marché...

Les offres de maquillage halal sont également en pleine expansion, toujours plus pointues. Dans un packaging chic et raffiné avec le code couleurs noir et doré, sont présentés les produits de la marque « Khadija » en référence à la première épouse du prophète Mohammed mais également la première convertie de l'histoire de l'Islam. Le crédo de cette société de femmes entrepreneuses est de marier éthique et haute-qualité. « A la différence de beaucoup de marques de cosmétiques, nos maquillages ne contiennent aucun ingrédient haram, comme la graisse de porc, ou les insectes écrasés (Carmines). Aussi, toute la chaîne de production a été conçue pour éliminer tout risque de contamination par ces traces » insiste la responsable de Khadija Cosmetics. « De plus, nos formules sont non-comédogènes et contiennent des filtres solaires minéraux pour protéger la peau des rayons ultra-violets. Nos micro-pigments minéraux permettent un maquillage haute performance donc un résultat professionnel et longue durée. » La marque Khadija se présente également comme un modèle d'économie solidaire. « Partager nos bénéfices avec notre communauté est un de nos piliers. Malgré leur talent, beaucoup de Musulmanes ont des difficultés à trouver un emploi car elles portent le hijab ou ont des enfants en bas âge. » Plus que du maquillage, c'est un nouveau mode de vie basée sur le respect de la nature et le partage que proposent ces créatrices.

Vacances, sport, beauté, loisirs...

Le Musulman, dont le pouvoir
d'achat s'agrandit, veut un style de vie
adapté à ses croyances, sans devoir
déchiffrer les ingrédients
des étiquettes ni
s'interdire tel ou tel
produit... De plus
en plus engagé, il
cherche à s'inscrire
dans une éthique
plus globale.
Un phénomène
qu'on observe chez les
Musulmans du monde
entier. Et cocorico...



Khadija

www.travelmuz.fr
www.vetements-femme-voilee.fr
www.rajoulstore.com
www.khadijacosmetics.com

e
llet-Août
EST
ELLE
IER GIRL
-VOUS?
TER
HREB
MARI
BLED"
RIE
LIÉS
CENNIE
RE
N
RE
F: 2,90 € - RD
ODA - TUN - 490 DM
FSD - CAN - 450 \$CA