

GHAZEL

LA MODE COMME RÉCIT IDENTITAIRE

Créée en 2019 par deux sœurs issues de l'immigration marocaine, la marque mêle héritage arabo-amazigh, références populaires et engagement décolonial.

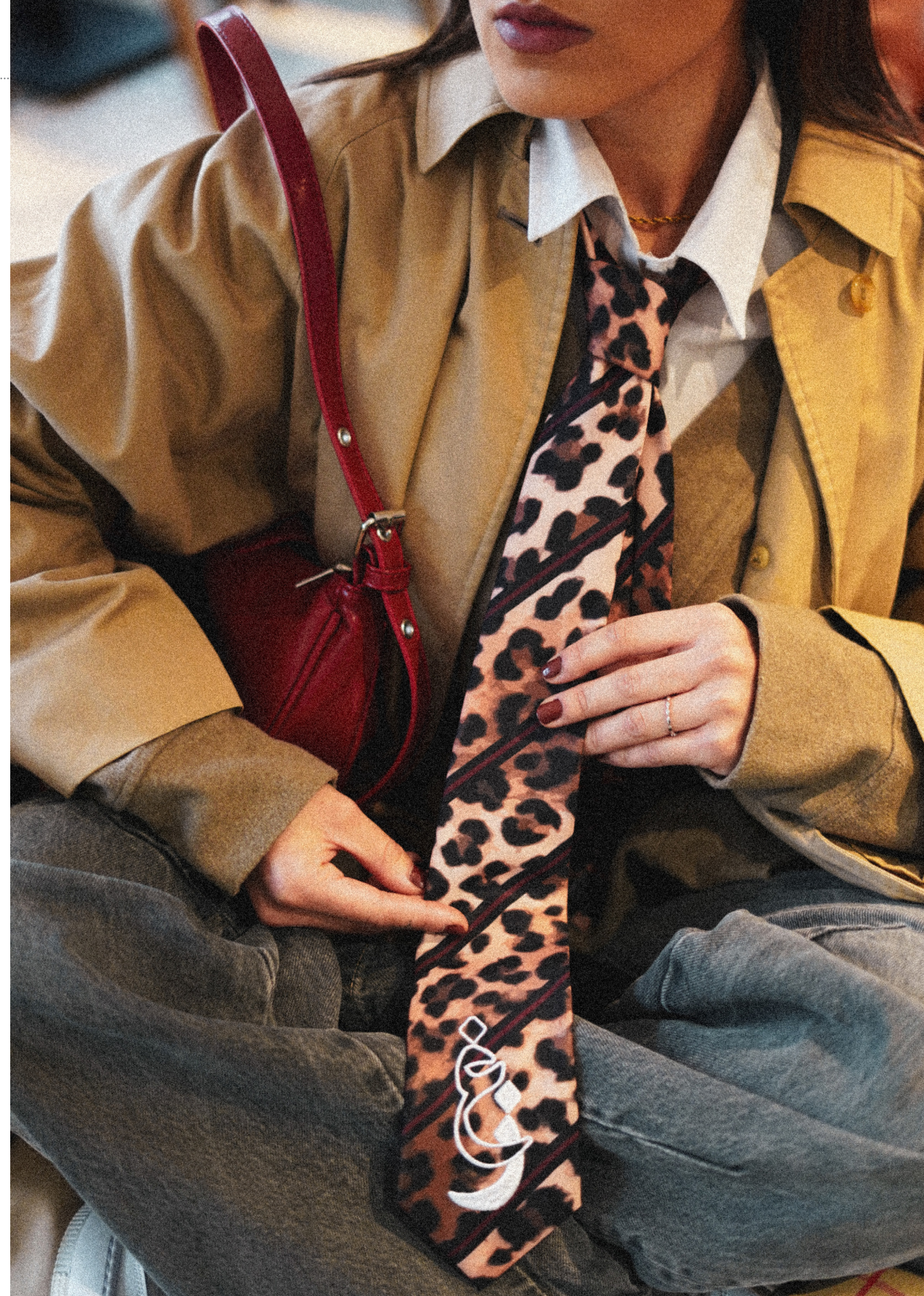
Par Fatma Torkhani

Ghazel est née d'une crise identitaire." C'est ainsi que les jumelles Imane et Mona, filles d'immigrés marocains, résument les origines de leur marque. Grandir en France avec le sentiment de ne jamais tout à fait se reconnaître dans les représentations proposées a fini par devenir le moteur de leur création. Elles se sont alors posé la question: "Pourquoi pas la mode?" Ce n'était pourtant pas leur domaine de prédilection au départ. Mais, comme elles l'expliquent, "la mode a toujours été un moyen d'expression. Porter un keffieh, un vêtement traditionnel, c'est déjà transmettre des messages. La mode est en soi politique."

Redonner sens et dignité à leur culture

Ghazel, un nom qui dit déjà beaucoup. Qui évoque la gazelle, symbole de grâce et de liberté, mais aussi de beauté et d'élégance. Le logo, composé de deux lettres arabes, laisse certains y lire un rapprochement avec Gaza, un lien que les deux sœurs ne démentent pas, cohérent avec leur engagement affiché. "Libre à chacun d'interpréter le nom à sa manière", confient-elles.

Ce qui est certain, c'est que Ghazel ne cherche pas à plaire à tout le monde. Portée par des valeurs décoloniales assumées, la marque revendique son héritage arabo-amazigh sans jamais tomber dans le folklore. Imane et Mona ont d'ailleurs délibérément abandonné le mot "ethnique", trop souvent utilisé pour réduire des cultures entières à des objets décoratifs. Elles disent viser "l'inverse", en redonnant "du sens, de la dignité et de la complexité à nos cultures".



Ghazel

Loin de l'imaginaire colonial et orientaliste d'objets qu'on rapporterait de vacances à Marrakech. "Qualifierait-on la culture française d'ethnique?", questionnent-elles ironiquement. A la place, on trouve des hoodies sur lesquels s'affichent des inscriptions comme "The future is decolonial", des tote bags mêlant dessins de bijoux amazighs et références de pop culture, ou encore des planches de stickers à l'effigie des chanteuses Fayrouz ou d'Oum Kalthoum.

Leur dernière collection, baptisée Héritage, en est l'illustration la plus intime. Composée de cravates ou de foulards "chibania" au motif léopard, elle convoque des objets et des gestes du quotidien familial transmis de génération en génération. "Le placard de notre mère avec ses foulards précieux, celui de notre père avec ses cravates bariolées", ou encore "notre salon maximaliste, avec un tapis immense recouvrant le sol et une vitrine où trône un service de vaisselle en céramique dont la teneur en plomb alerterait toutes les autorités sanitaires", racontent-elles en souriant.

"Les enfants oubliés de la France"

L'humour et l'autodérision sont au cœur de leur démarche, une façon de parler de mémoire et de transmission sans jamais verser dans une nostalgie figée. "Chaque collection est finalement pensée comme un fragment d'histoire."

Les inspirations vont du Maroc à la Palestine, en passant par les années 2000 et une culture que les sœurs préfèrent qualifier de populaire plutôt qu'urbaine. Elles viennent de banlieue, le disent sans détour, et souhaitent mettre en lumière les récits des classes populaires, des diasporas, de ceux qu'elles appellent "les enfants oubliés de la France".

Au-delà de l'esthétique, Ghazel est également décrite comme "une bulle créative", un espace de liberté où Imane et Mona se retrouvent pour "construire une communauté autour de valeurs communes". Sur le plan éthique, la marque tient une ligne claire dans un secteur saturé par la fast-fashion : matières sélectionnées avec soin, impressions et broderies réalisées en France ou en Europe, séries limitées pour éviter la surproduction. "Nous ne prétendons pas être parfaites, mais l'idée est de réduire notre impact au maximum et de fabriquer des objets qui ont du sens et qui durent."

Avec des messages anticoloniaux, Imane et Mona assument la portée politique de Ghazel. Car, finalement, pour elles, "l'essence même de notre projet est de rester fidèles à nos valeurs", concluent-elles. ■

