

# Le burkini fait des vagues



**Bien plus que le bikini, c'est le « burkini », contraction de burqa et de bikini, qui fait aujourd'hui scandale : en mars dernier, la marque Marks & Spencer a décidé de commercialiser, en Grande-Bretagne, ce maillot qui couvre le corps dans son intégralité (photo), hormis le visage, les mains et les pieds. Signe de multiculturalisme pour certains, de sexisme et de retour en arrière pour d'autres, le « maillot burqa » crée la polémique. « C'est avant tout une opération commerciale destinée à atteindre la communauté musulmane », tranche pour sa part le sociologue de la mode Frédéric Monneyron. Après les hijabs vendus par Uniqlo, les tuniques islamiques de Dolce & Gabbana... le secteur du vêtement balnéaire se lance lui aussi sur le marché de la « mode musulmane », ou de la mode dite « pudique », qui devrait peser près de 500 milliards de dollars d'ici à 2019.**