



● «Il coinvolgimento delle donne arabe nei social media è importante non solo per ragioni d'entertainment, ma perché sono capaci di creare business. E favoriscono la nascita di una nuova coscienza civile e sociale». Alice Abdel Aziz

Dall'alto. Ruba Sa'd Abdulhadi e Badea Jaber di elmuda.com. Anum Bashir, da Doha, fondatrice di Desert Mannequin. Alice, Nadine e Farah Abdel Aziz, protagoniste del reality "The Sisters". Tala Samman di myfashdiary.com.

Grazie ai social media, le nuove generazioni femminili dei paesi arabi sono in grado di esprimere la propria forza imprenditoriale in vari ambiti, fashion incluso. Un settore, questo, particolarmente in crescita, se è vero che nel 2019 i musulmani spenderanno 484 miliardi di dollari in moda (secondo lo "State of the Global Islamic Economy 2014-2015" di Thomson Reuters e Dinar Standard). Tra le protagoniste di questa rivoluzione digitale, sette it girls, imprenditrici e influencers motivate dalla stessa passione per il fashion world, oltre che dalla voglia di sviluppare nuovi business. «Ho iniziato myfashdiary.com come diario personale di moda per gli amici», racconta Tala Samman (@myfashdiary), siriana di origine, nata a Chicago e cresciuta a Dubai. «È stato il primo fashion blog degli UAE e, dopo un articolo su uno dei quotidiani più importanti di Dubai, sono arrivati i pri-



mi followers. Della moda amo i brand poco conosciuti come Maria Lucia Hohhan e Alice McCall. Icone di stile? Marianne Faithful». Da Beirut, invece, arrivano tre sorelle, Alice, Nadine e Farah Abdel Aziz (@aliceabdela-ziz, @nadineabdela-ziz, @fafiabdela-ziz, @styleinbeirut) che hanno conquistato Instagram con un milione di followers sui loro vari account. «Abbiamo iniziato a postare foto due anni fa», spiega Alice, «e siamo state tra le prime nel mondo arabo ad avere un account Instagram che trattasse di moda e lifestyle internazionale. Poi siamo diventate abbastanza famose da attrarre l'attenzione della più grossa tv libanese, che ci ha proposto un reality show, "The Sisters", il primo di questo genere nel Medio Oriente. Designer preferito? Zuhair Murad, semplice ma elegante. Il nostro motto: l'unico faux pas è non essere se stessi». Anum Bashir, da Doha, fonda Desert Mannequin (@desertmannequin) nel 2014, mentre lavora al Qatar Museum. «Ho iniziato a postare

foto su Instagram per caso, scattando quello che indossavo, perché volevo che il gusto delle donne del Medio Oriente fosse meno stereotipato. Designers preferiti: Isa Arfen e Tome». Ruba Sa'd Abdulhadi, Ceo, e Badea Jaber, caporedattore, sono le women in charge di elmuda.com, il primo online luxury fashion shop del mondo arabo: «Sono cresciuta in un paesino palestinese dove non c'era nulla», rivela Abdulhadi. «Per me la moda è sempre stata un modo per sognare. Quello che offriamo ai nostri clienti? Esattamente ciò che vogliono, ovvero il meglio».

Tala Samman. Alice, Nadine and Farah Abdel Aziz. Anum Bashir. Ruba Sa'd Abdulhadi and Badea Jaber. They are all young It girls, influencers, sophisticated entrepreneurs and they have a keen sense of style. And from Beirut to Doha, Dubai to Palestine, they are revolutionising digital communications in the Arab world with their desire to express their original sartorial taste and their tendency towards an eclectic style.



Digital princesses by Roberto Croci

In un mondo arabo sempre più assetato di moda e lusso, sette famose influencers, it girls e imprenditrici cosmopolite spiegano il loro stile. E raccontano la loro storia