



# WINTA GHEBRÈ AND THE ART OF REPRESENTATION

SUIT: 3 PARADIS  
 EARRINGS: AMINA MLIADDI  
 HAT: STUSSY  
 SHOES: 3 PARADIS X JIM WESTON



**EN** The fashion industry has held a reputation for its lack of diversity and inclusion, a reputation that has permeated every sphere, from catwalks to covers of magazines and corporate positions. The need for a more inclusive industry and the demands of those not represented have increased in recent years, with several personalities advocating for change. As new generations step in, wider questions arise: *Why is my skin tone not in this ad? Why is my body type not on this runway? Why is my kind of beauty not in this magazine?*

Social media has increased the visibility and influence of those excluded by the industry. Now, being able to showcase their own beauty and create their own narratives through their social media channels, fashion has had to listen. Significant advancements have been made, and recognition of wider beauty standards has begun to emerge slightly.

In the quest for representation, a new need has emerged: the need for informed professionals who believe in the diversification of the industry. Winta Ghebrè not only believes it is possible, but she also believes it is *what we must do*. As Senior Entertainment Editor and Head of Editorial Casting at Condé Nast, Ghebrè is responsible for selecting talents that, not only portray the values of a story effectively, but also represent culture and society appropriately. Although Winta is only 28, her journey in fashion is long and rich in experiences and knowledge. Her background in history and international relations has given her the ability to perceive fashion as a social phenomenon and a cultural industry. We spoke with her about the many hats she has worn throughout her career, her early interest in fashion, and the importance of diversity, because the world is diverse, and fashion should reflect that.



that inspire me or that I looked up to when I was young, which I'm so grateful for. But it indeed gets a bit hectic, people think it's all fun and giggles during fashion week, but at the end of the day, you arrive, you have to do the shows, you have to do the appointments, you have to do the shoots. Then you have to do dinner at night, and then you arrive at 11:00 pm, and you pass out!

**C.B. I just wanted to start talking about your journey in the fashion industry. What led you to become Senior Entertainment Editor and Head of Editorial Casting at Condé Nast France?**

**W.G.** I always loved fashion since I was a kid. I was always that weirdo, always drawing and really into art and fashion, all the creative stuff. But technically, I wanted to be a diplomat. I studied history and international relations at La Sorbonne. I even participated at the Harvard Model United Nations and I actually won an award once! [Laughs] My father worked for the United Nations and UNESCO, that's something that inspired me. But I was still doing internships in fashion, so I realized that I would like to make it my job because I love that. My first fashion internship was at Diane Von Furstenberg. Then I went on to study Fashion and Design Management at Bocconi for a few months in Milan. Then I moved to London to study at the University of the Arts of London, which was amazing. I was so happy to start working in the industry at that time, and I created opportunities for myself while I was in London. I went back to Paris in 2018, to work in advertising and brand strategy and simultaneously worked as an assistant guest lecturer at Sciences-Po. We were analyzing campaigns, and it was the beginning of the questions of diversity and having inclusive storytelling. I then worked with Christian Louboutin to handle the brand's special projects globally which was amazing. And I started working more on my freelancing creative projects. I also started doing styling but mainly creative direction for special projects, artists and public figures. I've also always been into vintage so with my partner, we opened an archive streetwear-focused store in Le Marais back in 2018 called *Structure*. In December 2023, we opened a second store called *En Face* focusing on designer archives like Margiela, Comme des Garçons, inspired by things that we love and our personal wardrobe. We are planning to grow this store and open a bigger one soon! In 2021, I was contacted by Condé Nast to work with the new team on the curation and casting of the covers and the talents and the project going forward with the new editorial strategy and direction. I was super excited to get to work with amazing people.

**C.B. That's very interesting, you've done a lot of things in the fashion industry.**

**W.G.** Yeah, I've done special projects, communication, writing, art direction, styling, curation, casting. I'm still happy to do a bit of everything.

**C.B. Analyzing the fashion weeks, and fashion campaigns, what do you think is the current state of diversity in the fashion industry?**

**C.B. Hi Winta, how was Fashion Week?**

**W.G.** It's nonstop from January; from the men's and then Couture, a few days of break, and then it starts all over again with women's, so it's very hectic. Fashion Week it's not just about the shows, it's mainly about who's in town. We try to make a lot of projects happen while everyone's here, Paris becomes the epicenter of the fashion and creative world around that time and everyone comes here, so it's just important to create opportunities and meet people in real life. It's great that we always talk on emails or Instagram, but nothing beats a great coffee or a drink to discuss ideas and things we can all do together. We always take opportunities to meet established talents or find ideas to make a new project and make things happen. We take the time to do shoots, interviews, and other things so it's always hectic.

**C.B. Oh yes, and people who don't work in the fashion industry, they're all like "Fashion Week is so cool!" But for people who work in fashion, Fashion Week is hard and hectic.**

**W.G.** Yes, it is true. I mean, we're so lucky to live from our passion, which is an actual luxury. It's hard, but when I wake up in the morning I actually love what I do, and I get to meet extraordinary people that do amazing things,

**W.G.** How do you define diversity? Because it depends on the eye of the beholder: technically we are all a minority depending where we are. But I would say the industry is improving throughout the years. Overall I see more diversity in campaigns, in shows that's for sure. I've always loved fashion being young but as a black girl I haven't always seen myself in fashion. I'm 28 right now. I'm going to turn 29, and there has always been a lack of representation. Being young I never saw enough black models, except for Naomi to be honest. Then up to the body diversity, even within your blackness, there are other factors: body type, where you come from, shades, etc. I feel that we are moving in a great direction however I've noticed there was a lack of different body types this Fashion Week, which is kind of worrying. I feel a lot of people have been talking about it. That worries me because I think we were heading into a great space. When I say body types, it doesn't mean only plus size; It can be height, age, race, and disabilities. I feel we're not going in the right lane right now and I think we need to reopen those conversations.

**"I FEEL THAT WE ARE MOVING IN A GREAT DIRECTION, HOWEVER I'VE NOTICED THERE WAS A LACK OF DIFFERENT BODY TYPES THIS FASHION WEEK, WHICH IS KIND OF WORRYING."**

**C.B. From your perspective and with your extensive experience in the industry, why do you believe diversity is important in the fashion industry?**

**W.G.** I don't think it's just important. It's what we have to do. It shouldn't even be a conversation. I love and hate the word diversity at the same time, because our responsibility, as we work in fashion or any type of industry, is to represent the world we live in. And if you walk down the street not everyone looks the same, so we should expect the same type of representation of our world, on a catwalk, in our editorials or advertising or anything. Who are your customers? People look different, no one looks the same, thank God!

**C.B. You were saying something really interesting earlier. You were saying that when you were younger, you didn't see yourself represented in the fashion industry. Growing up, what were your perceptions of the fashion industry? What did you think of the fashion industry?**

**W.G.** When you are young, you don't see the depths of things, which is normal. I was looking at it as just something beautiful because I was very sensitive to beautiful things. I just felt that I looked at it as something that I wanted to be part of because I felt I had something to say and to bring to the industry. When I was young, I was looking at clothes, or going to department stores and I loved it, or I was seeing my mom's clothes. It was during my teenage years when I started to think that this industry needed an update. I remember I went to the department store, and I couldn't find nude stockings—that never existed for girls of my complexion and the make-up. I think the first time buying makeup had probably scared and traumatized so many black and brown girls. I'm black with a subtle orange-ish undertone which is quite specific due to my East African heritage. I remember that there was only one shade of brown but there's such a large spectrum of us. When you're young and your friends go to buy make-up, the white girls are going to find their shades, but the black and brown girls need to buy two to mix it, this doesn't happen anymore. That's why when I was young, I thought [Fashion] was a world I loved but I felt I was not welcome. I started to sense this in my teenage years. You grow from these experiences, but also they scar you for life: this why a lot of us still (black and brown women) are very specific about who gets to do our make-up, it comes from that.

**C.B. When you were little before you decided to work in the fashion industry, did you think that you could have a career in the fashion industry?**

**W.G.** At first, I wanted to do it but then I got older and I thought I couldn't. I wanted to have another career. I unconsciously lost the idea of actually making a career and wanting to focus on something "more serious" that a girl like me could do because I was very good at school and you know "fashion" was not consider a "serious job" so I ended up studying history, but then I realized maybe it was my time and I needed to go for it.

**C.B. I understand because when I was little it happened to me. I thought fashion was cool. But I didn't think that I belonged to fashion because I didn't see myself as cool, and that happens to a lot of people I think.**

**W.G.** It's true and I think it's a great point. In my teen years I started to see more representation, but what was lacking was representation of people doing the work. Modeling is important, but I wanted to see people make decisions that looked like me and that started quite late.

**C.B. You work for Vogue France among other publications. Previously, it was known as Vogue Paris. What cultural significance does this change hold, and what does it signify about the evolving times?**

**W.G.** I think it was great and I arrived at that time when the name changed, and our first cover was the Queen of France—Aya Nakamura. It was a shift to open up the dialogue and the representation because Paris is the capital of fashion, but also is to tell the stories of people outside



on your education. There are so many factors. However, if you are someone that grew up in a culturally diverse environment, I don't understand how you would end up resenting others and not accept them for who they are. I grew up in Paris, but I was lucky enough to live abroad and travel a lot. I grew up in an international environment with my dad's work, and I went to an international school. I'm from Eritrea, and I have friends that come from all different backgrounds. I grew up with a mindset where differences are something to be valued, not dismissed you know? And that's not only in fashion, but in society. If you're good with yourself, why would you push away other people? If they're not harming you? They're not doing anything to you, why don't you want to open a dialogue and give them a space to express themselves.

**C.B. In your opinion, what elements are necessary for a casting to be considered successful?**

**W.G.** I think for the casting to be successful it depends if the story is already good. Having worked in different aspects of the industry, what is interesting in a casting is just the story that you want to tell. So, it's a talent, it's street casting, a celebrity, or a model, what's the actual story you want to tell? I would answer simply as that: the secret of a good casting is to have a good story. If you have a good story to tell, your casting will follow because the story is good. The casting is here to support a story.

**C.B. Could you walk us through your process of selecting castings? How do you approach this process, and what criteria do you use to select different talents?**

**W.G.** I can't say everything, I'll try to be vague but precise. What I do is I generally receive pitches from some talents or their reps to do upcoming projects. We know in advance the movies, an album coming out, and special projects, and we try to reorganize and see according to the stories. We did a cover with Aya for GQ as Women of the Year, and it's interesting because my dear Pam who's Head of Content of French GQ was also styling the shoot. The story was about portraying Aya as she is: a successful black woman, and she's fierce in a men's magazine, in a Balmain suit by Olivier, with the Afro and she's strong. The interview was done by a woman whom I admire deeply, Rokhaya Diallo. The choice of the journalist is also telling that story because that's what we want to say.

**C.B. Do you think that your background in history and International Relations has played an important role in your career right now? Do you think that it changes the way you see things?**

**W.G.** 100%, and that's why I still read diplomatic reviews and geopolitics, and I love it. It gave me the ability to see things more than just the surface. Also to understand the mechanism and the deepness of everything. Fashion is so deeply political, any form of art is because it can reflect our times, that's why I think my background in history and international relations, gave me that perspective to create something that's also meaningful, as the understanding of

of Paris. People who are nurturing the Paris fashion scene are not necessarily just from Paris, I think people like Simon Porte Jacquemus are a great representation: he moved from the South of France to pursue his dream in Paris. When you say Paris it's not just "intramuros" but it's also its suburbs and its people are shaping our contemporary "Culture" with a capital C. France is not only metropolitan France you know? Let's not forget that. Paris is, of course, the capital, however, the greatness of France, Fashion, and Culture is not only based in Paris. So, it was a very important change. And I think a lot of people feel more represented and it illustrates the plurality of what France is.

**C.B. I love that the first cover of Vogue France was Aya Nakamura. I thought it was such a good choice.**

**W.G.** And she represents what is France today, even if that upsets a lot of people—we are seeing in the news...

**C.B. Exactly! What do you perceive as the primary reasons some people are still reluctant to embrace or accept diversity?**

**W.G.** I actually don't know! Probably they have a problem with themselves [Laughs]. I'm sorry, but I don't understand why you wouldn't embrace other people. Actually, I think that not everyone has the opportunity to meet different people: it depends on where you live. It also depends



HER DOG, FOXKY BROWN

were telling their time. A great example for me is Virgil Abloh: he was a multidisciplinary artist, we saw it in the way how relevant he was from music to art, fashion, and architecture, and the stories he was telling. I think we'll have more to say about his work and how he impacted our industry later on, but I think that's why it's so important that the industry works with people that do different things and nourish the dialogue.

**C.B. What have been the biggest challenges you've encountered in promoting diversity within the fashion industry?**

**W.G.** Weirdly enough, I haven't. I mean have I experienced discrimination or prejudice in the industry at a personal level? Who hasn't. But while working and promoting "diversity" I guess because I've worked with people who have the same mindset. I think there's pushback mainly from people outside. As I said, people who push back on those questions and don't want to see a more inclusive world just have a problem with themselves and they just go somewhere else.

**C.B. Do you have a special highlight or memory of your career?**

**W.G.** I think I'm too young to have a highlight as I have so much more to do you know? Also this question makes me feel old, I'm just 28 years old, and will probably be 29 by the time this piece comes out lol! So I guess the best is yet to come! I don't want to sound too corny but I would say that my experiences at large have been a highlight. I get to work with amazing people and some of them I've admired since I'm a teenager, which I wouldn't think I would be collaborating with in a million years! I'm not gonna lie, it kind of feels unreal sometimes.

**C.B. I'm curious to hear your thoughts on Edward Enninful's latest cover for Vogue UK. What did you think of it?**

**W.G.** Mic Drop! It's so cool because Edward brought something that was so needed at the time. When he was appointed, I was still living in London, I was still studying. I remember when he started with British Vogue, it was so amazing. I love that cover because, first: no one thought that it was possible to bring that many A-list people at the same time, which is iconic, but also, it's great seeing all this panel with amazing and beautiful women. That cover represents all women, it's just like a celebration of women and of their achievements. I think that's so powerful. The message for me was: I want to tell the story of all these women.

the times we live in, it's not just about a great talent and a beautiful dress, is a story and it has to be deeper than that. This background taught me to analyze things with an intersectional lens. I work with a dear friend of mine, Emeric Tchatchoua, Creative Director of 3 Paradis and I helped him on his last show writing the storytelling, and on the design part. We are working on the next show and it's funny because he says "You always go so deep in the references," but you always have to be accurate on your references because there's so much historical implication, when you tell a story it has to be on point, and the references have to be on point. It can't be surface level. Otherwise, it just fades away and doesn't feel meaningful.

**C.B. It's really interesting what you say because working in the fashion industry, I realized how important it is to have people from different backgrounds than just fashion. Because fashion is also an economic industry, a political industry, a cultural industry. You need to understand all of that to do a good job. If you only care about a pretty dress, it's too short for what the industry is.**

**W.G.** Also, when you think about it, the greatest fashion moments and the greatest designers have always had a broad spectrum when they were telling the story of their time. From Coco Chanel, Cristobal Balenciaga, Yves Saint Laurent, to Dapper Dan and Patrick Kelly, from Alaïa and Jean-Paul Gaultier, Marc Jacobs, Galliano and McQueen and the list goes on, what all made them great is that they

# "BE AUTHENTIC.

IF YOU'RE AUTHENTIC, IT WILL ALWAYS BE DIVERSE."

**C.B.** What advice would you offer to fashion professionals, whether in magazines or fashion companies, to succeed in their pursuit of diversity?

**W.G.** Be authentic. If you're authentic, it will always be diverse. Sometimes you don't have to push it because you fall into the path of tokenism. It feels like we have to add that type of person here, but if it's not relevant to your story, it's also problematic in that case. Also, to have a diverse industry you need people to tell their story. People have their cultural references, so it makes sense that they tell their story, and someone else will tell their story and together the industry will be diverse. For example, I can tell my experience, being a girl with an East African heritage born in France, but it will not be the same experience with someone from the Middle East, Asia, Eastern Europe or elsewhere. There are so many under layers within our identities. Our differences are endless, so are our stories. We just need to make room to tell them all. But as advice, I would say: be authentic, be a hard worker. People will feel it and you will have a genuine connection with people. From my experience, the best are always the most authentic people.

**C.B.** Looking ahead, do you feel more optimistic or pessimistic about the implementation of diversity initiatives in the industry?

**W.G.** I'm a hopeless optimist, but I feel I don't have a choice. I am optimistic because, in my own experience, I saw how fashion has changed and how now, even myself, I am represented. I wouldn't say that it will never change because we saw change in the last 15 years. There have been periods when we feel the dialogue is stagnating, but we need to just kick the doors and reopen that conversation. The only thing I would say is maybe support for younger designers, for them to thrive and build businesses would be important. I would say that's kind of worrying because the traditional business model is collapsing, so we need to create spaces and support. The fashion industry needs to reinvent itself.

**C.B.** What does the future hold for you? What are your hopes and objectives for the future?

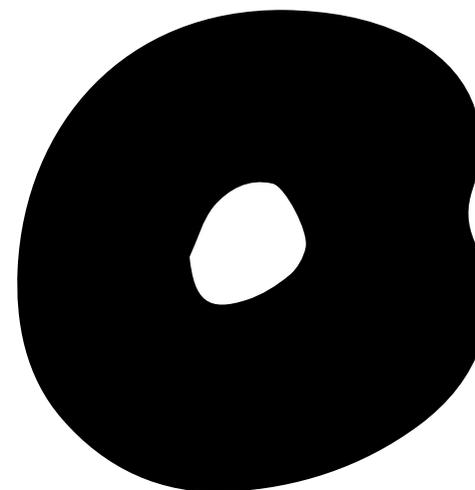
**W.G.** At the moment I am really busy because I am working on Vogue World I'm working on the performance, which I can't say more, but see you all June 23<sup>rd</sup>! I'm also working on various other personal creative and philanthropic projects. For example, with my dear friend the actress, producer and director Magaajyia Silberfeld, we've created *Women In Film - A Panel Discussion* which is an event that we've started during the Venice Film Festival. The idea is to create a space for women working in different fields in the movie industry (directors, producers, actresses, set designers et.) to share their experiences and find solutions to improve work conditions for women in this predominantly masculine industry. We are planning to do the event again this year in Venice stay tuned!!! So, what else does the future hold...? I'm not going to lie, I'm really bad at setting myself objectives. I've taken life as it goes, and I haven't been doing too bad, so I guess I'll just continue that way. I don't like setting myself objectives, it stresses me out. I don't want to be rigid. Maybe I'll speak to you in 2 years, and I'll be a chef!

**C.B.** Not having an objective is also good because that means that you are happy and you're not just searching for something else.

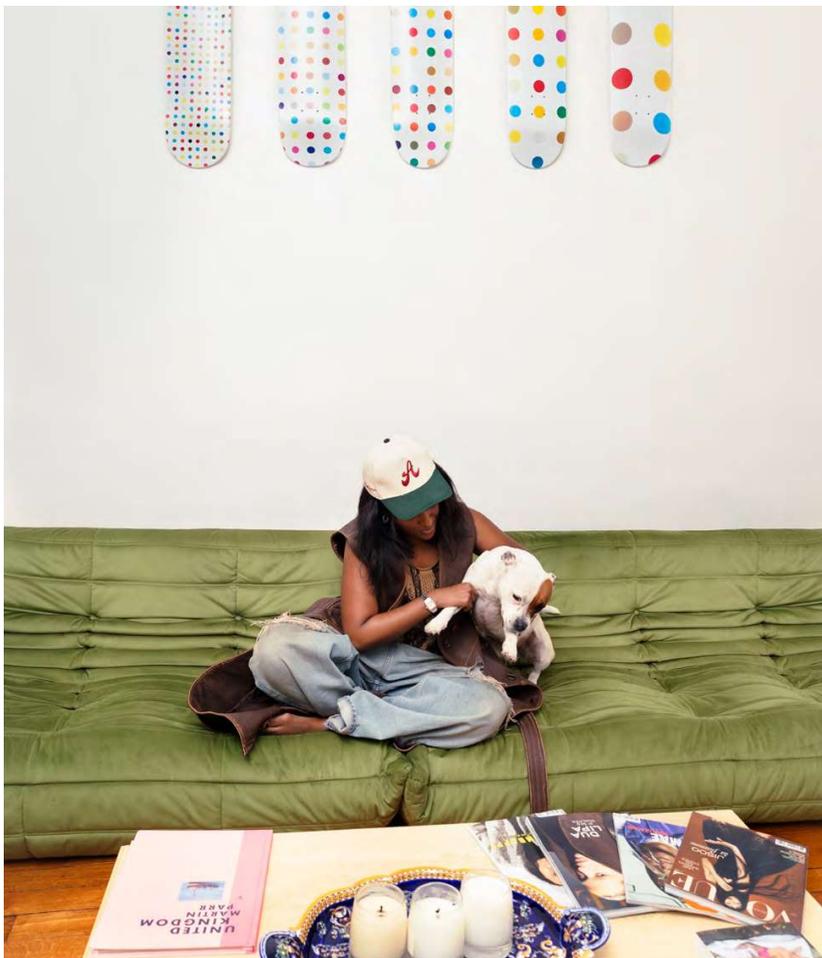
**W.G.** When I wake up, I'm happy, and I do things I love, I work with people that I love. It's all about love. Maybe one day, I'll switch to something else. Who knows? Also, good advice would be too hard on yourself. I was so hard on myself when I was younger. Let time do the work, take time to explore, and take time for yourself. I think we live in a time where we feel so oppressed that we feel that we need to have constant interaction. That comes from someone who loves to interact with people [laughs] but sometimes takes time to herself and isn't too hard on herself. Sometimes when you let go and take time, things will come to you. You need to trust the process.

Written by Carolina Benjumea.  
Translated by Emma Cahill.

# "OUR DIFFERENCES ARE ENDLESS,



# SO ARE OUR STORIES."



WINTA AND HER DOG FOXY BROWN

# WINTA GHEBRÈ ET L'ART DE LA REPRÉSENTATION



VESTE EN CUIR ACNE STUDIOS  
 TOP ACNE STUDIOS  
 JEANS ACNE STUDIOS  
 CASQUETTE JOHANNA TORDJMAN  
 BOUCLES D'OREILLES AMINA MUADDI  
 CHAUSSURES MARTINE ROSE x CLARKS

**FR** L'industrie de la mode a longtemps été critiquée pour son manque de diversité et d'inclusion, une réputation qui a imprégné toutes ses couches, des podiums aux couvertures de magazine et des instances dirigeantes. Ces dernières années, le besoin d'un renouvellement de cette industrie et les demandes provenant des personnes qui ne se sentent pas représentées ont augmenté, aux côtés desquelles certaines personnalités se mobilisent en faveur d'un changement. Alors que les jeunes générations leur emboîtent le pas, des questions plus vastes émergent : *Pourquoi ma couleur de peau n'est-elle pas représentée dans cette pub ? Pourquoi ma morphologie n'est-elle pas représentée dans ce défilé ? Pourquoi est-ce que mon type de beauté n'apparaît pas dans ce magazine ?*

Les réseaux sociaux ont accru la visibilité et l'influence des personnes exclues de cette industrie. Désormais, la capacité à célébrer leur propre beauté et de créer leur propre histoire à travers leurs comptes sur les réseaux sociaux, a forcé la mode à les écouter. Des avancées significatives ont eu lieu, et la reconnaissance de critères de beauté plus larges a lentement commencé à émerger.

Dans cette quête de représentation, un nouveau besoin est né : le besoin de professionnels avertis qui croient en la diversification de l'industrie. Winta Ghebrè croit non seulement que c'est possible, mais elle croit aussi que c'est ce que nous devons faire. En tant que rédactrice en chef des loisirs et chargée de rédaction pour Condé Nast, Ghebrè est chargée de la sélection des talents qui, représentent non seulement l'intérêt d'un récit de façon efficace, mais représentent aussi correctement notre culture et notre société. Même si Winta n'a que 28 ans, son parcours dans la mode est riche d'expériences et de connaissances. Ses formations en histoire et en relations internationales lui ont donné la possibilité d'appréhender la mode comme un phénomène de société et une industrie culturelle. J'ai discuté avec elle de ses nombreux changements de carrière, de son intérêt précoce pour la mode, et de l'importance de la diversité, parce que le monde est diversifié, et la mode devrait refléter cet aspect.

**C.B.** Bonjour Winta, comment s'est déroulée la *Fashion Week* ?

W.G. Je cours sans arrêt depuis janvier; ça commence avec les hommes, ensuite la haute-couture, quelques jours de repos, et ça recommence avec les femmes, donc c'est très éprouvant. La *Fashion Week* ce n'est pas que les défilés, c'est surtout les spectateurs. On essaye de réaliser de nombreux projets alors que tout le monde est ici en même temps. Paris devient l'épicentre du monde de la mode et de la créativité à ce moment-là, donc c'est important de créer des opportunités et rencontrer des personnes pour de vrai. C'est super de discuter à n'importe quel moment via mail ou Instagram, mais rien ne vaut de se retrouver autour d'un bon café ou d'un verre pour échanger des idées et trouver des choses qu'on peut tous faire ensemble. On saisit toujours les occasions de rencontrer des talents reconnus ou de trouver des idées pour réaliser un nouveau projet et faire plein de belles choses. On prend le temps de faire des séances photo, des interviews, et d'autres choses donc c'est toujours un peu intense.

**C.B.** Oh oui, et les personnes qui ne travaillent pas dans l'industrie de la mode pensent tous que « la *Fashion Week* c'est super! » Mais pour les personnes qui travaillent dans ce domaine, c'est difficile et éprouvant.

W.G. Oui, c'est vrai. Je veux dire, nous sommes chanceux de vivre de notre passion, c'est vraiment un luxe. C'est difficile parfois, mais je me réveille le matin heureuse de cette journée qui commence, et j'ai l'opportunité de rencontrer des personnes extraordinaires qui font des choses incroyables, ou qui m'inspirent ou sur lesquelles je prenais exemple quand j'étais jeune, ce qui me rend très reconnaissante. Effectivement, ça devient un peu éprouvant, les gens pensent qu'on ne fait que rire et s'amuser pendant la *Fashion Week*, mais en fin de compte, t'arrives, tu dois aller aux défilés, tu dois aller aux rendez-vous, tu dois faire les séances photo. Ensuite tu dois sortir dîner le soir, tu reviens à 23 heures, et tu t'éroules dans ton lit !

**C.B.** Je voudrais commencer à parler de ton parcours dans l'industrie de la mode. Comment es-tu devenue rédactrice en chef des loisirs et chargée de rédaction pour Condé Nast France ?

W.G. J'ai toujours adoré la mode depuis toute petite. J'ai toujours été cette personne bizarre, en train de dessiner, intéressée par l'art et la mode, par tout ce côté créatif. En fait, je voulais devenir diplomate. J'ai étudié l'histoire et les relations internationales à La Sorbonne. J'ai même participé à une simulation d'un conseil des Nations Unies organisée par Harvard et j'ai même gagné un prix une fois ! [Rires] Mon père travaillait aux Nations Unies et à l'UNESCO, ça m'a inspiré. Mais je faisais quand-même des stages dans la mode, donc j'ai compris que je voulais en faire mon métier, car j'adore faire ça. Mon premier stage dans la mode était chez Diane Von Furstenberg. Ensuite j'ai continué mes études en Management Mode et Design pour quelques mois à l'université Bocconi de Milan. Puis, j'ai déménagé à Londres pour étudier à l'École Supérieure des Arts, qui était une expérience fantastique. J'étais tellement

heureuse de commencer à travailler dans l'industrie à ce moment-là, et je me suis créée mes propres opportunités lorsque j'étais à Londres. Je suis retournée à Paris en 2018, pour travailler dans la pub et dans la stratégie de distribution des marques tout en travaillant en tant que chargée de cours à Sciences-Po. Nous analysons les campagnes, et ça marquait le début du questionnement autour de la diversité et d'un récit plus inclusif. J'ai ensuite travaillé avec Christian Louboutin pour gérer les projets particuliers de la marque à l'échelle internationale, ce qui était fantastique. Et puis j'ai commencé à travailler de plus en plus sur mes projets créatifs indépendants. J'ai aussi commencé à faire du stylisme mais surtout en tant que directrice de création pour des projets spécifiques, des artistes et des célébrités. Aussi, j'ai toujours été passionnée par la seconde-main donc avec mon associé, nous avons ouvert un magasin d'archives spécialisé dans le streetwear appelé *Structure* dans Le Marais en 2018. En décembre 2023, nous avons ouvert une seconde boutique appelée *En Face* spécialisée dans la seconde-main de luxe avec des marques telles que Margiela, Commes des Garçons, s'inspirant de choses qu'on adore, et de notre garde-robe personnelle. On a prévu de développer la boutique et d'en ouvrir une plus grande bientôt ! En 2021, Condé Nast m'a contacté pour travailler avec la nouvelle équipe sur la préparation et le casting pour les couvertures de magazine, ainsi que les talents et les projets mis en œuvre par la nouvelle ligne éditoriale et la direction. J'étais super emballée de pouvoir travailler avec des personnes incroyables.

**C.B.** C'est vraiment très intéressant, tu as fait plein de choses dans l'industrie de la mode.

W.G. Oui, j'ai participé à des projets spéciaux, à la communication, à l'écriture, à la direction artistique, au stylisme, à l'organisation et au casting. Je suis contente de faire un peu de tout.

**C.B.** En analysant les *Fashion Weeks*, et les campagnes publicitaires, que penses-tu de la diversité actuelle dans l'industrie de la mode ?

W.G. Comment définir la diversité ? Cela dépend de la personne qui regarde : théoriquement on fait tous partie d'une minorité selon l'endroit où l'on se trouve. Mais je dirais que l'industrie progresse d'année en année. De manière générale, je vois plus de diversité dans les campagnes et les défilés, c'est sûr. J'ai toujours adoré la mode depuis que je suis jeune mais en tant que jeune fille noire je ne me suis pas toujours retrouvée dans la mode. J'ai 28 ans maintenant. Je vais bientôt en avoir 29, et il y a toujours eu une absence de représentation. Honnêtement, en étant jeune je ne voyais jamais assez de mannequins noirs, à l'exception de Naomi. Ensuite, pour ce qui est de la diversité des corps, à l'intérieur même de la communauté noire, il existe d'autres facteurs : nos morphologies, nos origines, la teinte de notre peau, etc. J'ai l'impression que nous sommes en train d'avancer dans la bonne direction mais j'ai remarqué qu'il y avait un manque de diversité dans les morphologies pendant cette *Fashion Week*, ce qui est plutôt alarmant. J'ai l'impression qu'un bon nombre de personnes en ont parlé. Ça m'inquiète parce que je pensais qu'on se

« J'AI TOUJOURS ADORÉ LA MODE DEPUIS QUE JE SUIS JEUNE MAIS **EN TANT QUE JEUNE FILLE NOIRE JE NE ME SUIS PAS TOUJOURS RETROUVÉE DANS LA MODE.** [...] HONNÊTEMENT, EN ÉTANT JEUNE JE NE VOYAIS JAMAIS ASSEZ DE MANNEQUINS NOIRS, À L'EXCEPTION DE NAOMI. »

dirigeait sur la bonne voie. Quand je parle de morphologie, je ne parle pas seulement des grandes tailles; ça peut être la taille, l'âge, l'ethnie et les handicaps. J'ai l'impression que nous ne sommes plus sur la bonne voie et je pense qu'il faut rouvrir la discussion.

**C.B.** De ton point de vue et avec ta grande expérience dans l'industrie, pourquoi tu crois que la diversité est si importante dans le monde de la mode ?

W.G. Ce n'est pas juste une question d'importance. C'est ce que nous devons faire. Ça ne devrait même pas être un sujet de conversation. J'adore et je déteste à la fois le terme « diversité », parce que notre responsabilité au travail dans l'industrie de la mode ou dans n'importe quelle autre industrie, est de représenter le monde dans lequel nous vivons. Si on se balade dans la rue on se rend bien compte qu'on ne se ressemble pas tous. On devrait donc s'attendre au même type de représentation dans notre monde, dans un défilé, dans nos éditos ou nos pubs ou dans n'importe quoi. Qui sont vos clients ? Les gens sont différents, personne ne se ressemble, Dieu merci !

**C.B.** Tu disais quelque chose de vraiment très intéressant tout à l'heure. Tu disais que lorsque tu étais jeune, tu ne te voyais pas représenter dans l'industrie de la mode. En grandissant, quelle était ta vision de l'industrie de la mode ? Qu'est-ce que tu pensais de cette industrie ?

W.G. Quand t'es jeune, tu ne vois pas la profondeur des choses, ce qui est tout à fait normal. Je la voyais comme quelque chose de beau tout simplement car je suis très sensible aux belles choses. J'ai juste senti que je la voyais comme quelque chose dont je voulais faire partie parce que j'avais l'impression d'avoir quelque chose à dire et à apporter à l'industrie. Quand j'étais jeune, j'allais dans les grands magasins regarder les vêtements et j'adorais ça, ou je voyais les vêtements de ma mère. C'était pendant mon adolescence que j'ai commencé à me dire que cette industrie avait sérieusement besoin d'évoluer. Je me rappelle que j'allais dans les grands magasins, et que je n'arrivais pas à trouver des collants couleur chair – ça n'a jamais existé pour les filles comme moi, avec ma couleur de peau et mes gènes. Je pense qu'acheter du maquillage pour la première fois a probablement effrayé et traumatisé tellement de filles noires et métisses. Je suis noire avec un subtil sous-ton orangé ce qui est propre à mon héritage d'Afrique orientale. Je me rappelle qu'il n'y avait qu'une seule teinte pour les peaux noires, alors que nous sommes

si différentes. Quand t'es jeune et que tes amies achètent du maquillage, les filles blanches vont trouver leur teinte, mais les filles noires et métisses ont besoin d'en acheter deux pour les mélanger, ce n'est plus le cas maintenant. C'est la raison pour laquelle, je pensais quand j'étais jeune que la mode était un monde que j'adorais mais je ne m'y sentais pas à ma place. J'ai commencé à le sentir pendant mon adolescence. Tu ressors grande de ces expériences, mais aussi traumatisée à vie : c'est pourquoi la plupart d'entre nous (les femmes noires et métisses) sommes encore très exigeantes quant à la personne qui s'occupe de notre maquillage, ça vient de là.

**C.B.** Quand tu étais petite, avant que tu te décides à travailler pour l'industrie de la mode, tu pensais avoir une carrière dans l'industrie de la mode ?

W.G. Au début, je voulais le faire mais ensuite j'ai vieilli et j'ai pensé que je ne pouvais pas. Je voulais m'orienter vers une autre carrière. Inconsciemment, j'ai mis l'idée d'en faire carrière de côté et je voulais me concentrer sur quelque chose de « plus sérieux » qu'une fille comme moi pourrait faire. J'étais une très bonne élève à l'école et, tu sais, « la mode » n'était pas considéré comme un « travail sérieux » donc j'ai fini par étudier l'histoire, ensuite je me suis rendue compte que c'était peut-être le bon moment et que je devais tenter ma chance.

**C.B.** Je comprends, car quand j'étais plus jeune ça m'est arrivé à moi aussi. Je pensais que la mode c'était cool. Mais je ne pensais pas pouvoir y faire carrière car je ne me voyais pas comme une personne cool, et ça arrive à pas mal de monde je pense.

W.G. C'est vrai et je pense que c'est une bonne remarque. Pendant mes années ados, j'ai commencé à voir plus de représentativité, mais ce qui manquait c'était la diversité dans les personnes qui faisaient ce boulot. Le mannequinat c'est important, mais je voulais voir des personnes qui me ressemblaient prendre des décisions et cela a commencé très tard.

**C.B.** Tu travailles pour Vogue France parmi d'autres magazines. Avant, ce magazine était connu sous le nom de Vogue Paris. Quelle est l'importance culturelle de ce changement, et qu'est-ce que ça nous dit de notre présent ?

W.G. Je pense que c'est super et je suis arrivée au moment où le nom venait de changer. Notre première couverture figurait la Reine de la France : Aya Nakamura. C'était un changement qui permettrait d'ouvrir le dialogue et les représentations parce que Paris est la capitale de la mode, mais il faut aussi raconter des histoires de personnes en dehors de Paris. Les personnes qui font grandir la scène parisienne de la mode ne viennent pas nécessairement



de Paris. Je pense que des personnes telles que Simon Porte Jacquemus sont de bonnes représentations : il a déménagé du sud de la France pour poursuivre ses rêves à Paris. Quand on dit Paris, ce n'est pas simplement Paris intra-muros, c'est aussi ses banlieues et ses habitants qui contribuent à façonner notre « Culture » contemporaine avec un C majuscule. La France ce n'est pas que la France métropolitaine tu sais ? Ne l'oublions pas. Bien-sûr, Paris est la capitale, par contre la grandeur de la France, c'est-à-dire sa mode et sa culture ne se cantonnent pas seulement à Paris. Le changement était donc crucial. Je pense que de nombreuses personnes se sentent plus représentées et ça illustre la pluralité de la France.

**C.B. J'adore le fait qu'Aya Nakamura figure sur la première couverture de Vogue France. J'ai trouvé que c'était un très bon choix.**

W.G. Elle représente ce qu'est la France aujourd'hui, même si ça contrarie pas mal de personnes comme on peut le constater dans les médias.

**C.B. Exactement! Quelles sont, selon toi, les raisons principales qui empêchent certaines personnes de prôner ou d'accepter la diversité ?**

W.G. Je ne sais pas vraiment ! Ça ne tourne sûrement pas rond chez eux [Rires]. Je suis désolée, mais je ne com-

prends pas pourquoi on ne pourrait pas accueillir d'autres personnes. En fait, je pense que tout le monde n'a pas l'opportunité de rencontrer des personnes différentes : ça dépend où nous habitons. Ça dépend aussi de notre éducation. Il y a tant de facteurs. Par contre, si tu es quelqu'un qui a grandi dans un environnement culturel diversifié, je ne comprends pas comment on peut en venir à mépriser les autres et ne pas les accepter tels qu'ils sont. J'ai grandi à Paris, mais j'ai eu la chance de vivre à l'étranger et de beaucoup voyager. J'ai grandi dans un environnement international grâce au travail de mon père, et j'ai été scolarisée dans une école internationale. Je viens d'Erythrée, et j'ai des amis qui viennent de tous types de milieux. J'ai grandi avec une certaine mentalité dans laquelle les différences sont valorisées, pas rejetées, tu comprends ? Ce n'est pas seulement dans la mode, mais dans la société. Si t'es bien dans ta peau pourquoi repousser les autres ? S'ils ne te font pas de mal, pourquoi ne pas entamer une conversation et leur laisser le moyen de s'exprimer.

**C.B. Selon toi, quels sont les éléments nécessaires pour qu'un casting puisse être considéré comme réussi ?**

W.G. Je pense que pour qu'un casting soit réussi cela dépend de la qualité de l'histoire. Ayant travaillé dans différents pans de l'industrie, ce qui est intéressant dans un casting c'est surtout l'histoire que tu veux raconter. Que ce soit pour un talent, un casting de rue, une célébrité, un mannequin, quelle est l'histoire que tu veux vraiment raconter ? Je répondrais aussi simplement : le secret d'un

## « ÊTRE AUTHENTIQUE. »

SI NOUS SOMMES AUTHENTIQUES, CE SERA TOUJOURS UN MILIEU DIVERSIFIÉ. »

bon casting c'est d'avoir une bonne histoire. Si tu as une bonne histoire à raconter, ton casting suivra naturellement. Le casting sert de support pour une histoire.

**C.B. Tu pourrais nous guider à travers ton processus de sélection lors des castings ? Quelle est ton approche de ce processus et quels critères choisis-tu pour sélectionner différents talents ?**

W.G. Je ne peux pas tout dire, j'essaierai d'être vague et précise à la fois. Habituellement, je suis sollicitée par certains talents ou par leurs représentants pour réaliser des projets. On connaît en avance les films et les albums qui sortiront, ainsi que les projets spéciaux. Ensuite on essaye de réorganiser en fonction des histoires qu'on souhaite raconter. Nous avons fait une couverture avec Aya pour GQ dans le numéro « Femmes de l'Année » et c'est intéressant parce que mon cher Pam qui est chargée de contenu pour GQ France était aussi styliste pendant la séance photo. L'idée était de représenter Aya telle qu'elle est : une femme noire à succès. Elle est apparue comme une femme forte à la une d'un magazine masculin, dans un costume Balmain créé par Olivier, puissante avec sa coupe afro. L'interview a été réalisée par une femme que j'admire énormément, Rokhaya Diallo. Le choix de la journaliste permet aussi de raconter une histoire particulière.

**C.B. Penses-tu que ton parcours en histoire et en relations internationales a joué un rôle important dans ta nouvelle carrière ? Penses-tu que ça change ta façon de voir les choses ?**

W.G. Absolument, et c'est pourquoi je continue de lire des revues diplomatiques et géopolitiques, et j'adore ça. Cela m'a donné la possibilité d'aller au-delà des apparences, ainsi que la capacité de comprendre le mécanisme et la profondeur des choses. La mode est profondément politique. D'ailleurs, toute forme d'art l'est aussi car elle est le reflet d'une époque. C'est la raison pour laquelle je pense que mon parcours en histoire et en relations internationales m'a offert la possibilité de créer quelque chose qui a du sens, comme comprendre l'époque dans laquelle nous vivons. Il ne s'agit pas seulement d'avoir du talent et une belle robe, c'est plus profond que cela. Mon parcours m'a permis une approche intersectionnelle des choses. Je travaille avec un ami qui m'est cher, Emeric Tchatchoua, directeur artistique de 3 Paradis et je l'ai aidé à créer une histoire pour son dernier défilé, ainsi que pour la partie création. Nous travaillons ensemble sur le prochain défilé

et c'est marrant parce qu'il me dit : « T'as toujours de très bonnes références », mais tu dois toujours être précis sur tes références parce qu'il y a tellement d'implications historiques. Quand on raconte une histoire elle doit être juste, pareil pour les références. On ne peut pas rester à la surface. Sinon, elle s'évapore et perd son sens.

**C.B. C'est vraiment très intéressant ce que tu dis parce qu'en travaillant dans le monde de la mode, j'ai compris à quel point c'est important d'avoir des personnes de différents horizons et qui ne se limitent pas qu'à la mode. La mode c'est aussi une industrie économique, politique et culturelle. On a besoin de comprendre ça pour fournir du bon travail. Si on ne voit que des beaux vêtements, on limite la portée de cette industrie.**

W.G. En plus, quand on y pense, les moments les plus importants dans l'histoire de la mode et les plus grands couturiers se sont toujours projetés plus loin que leur époque. De Coco Chanel, Cristóbal Balenciaga, Yves Saint Laurent, jusqu'à Dapper Dan et Patrick Kelly, en passant par Alaïa et Jean Paul Gaultier, Marc Jacobs, Galliano et McQueen et la liste continue, ils sont tous devenus de grands couturiers parce qu'ils racontaient leur époque. Un bon exemple pour moi serait Virgil Abloh : c'était un artiste multidisciplinaire, nous le voyons à travers son importance dans la musique, l'art, la mode et l'architecture, et l'histoire qu'il racontait. Je pense que nous aurons beaucoup plus de choses à dire à propos de son travail et de son impact dans les années à venir, mais c'est pourquoi c'est si important que l'industrie s'ouvre à des personnes qui proposent des façons différentes de voir et de faire les choses, qui permettent d'entretenir ce dialogue par la même occasion.

**C.B. Quels ont été les plus grands obstacles que tu as rencontrés en essayant de promouvoir la diversité au sein de l'industrie de la mode ?**

W.G. Étonnamment, je n'en ai pas rencontré. Est-ce que j'ai moi-même connu la discrimination ou les préjugés dans cette industrie ? Pour qui n'est-ce pas le cas ? Lorsque j'essayais de promouvoir la « diversité » je travaillais avec des personnes qui partageaient le même avis que moi. Je pense qu'il y a un mouvement d'opposition provenant de personnes extérieures. Comme je l'ai dit plus tôt, les personnes qui s'opposent à ces questions et ne souhaitent pas vivre dans un monde plus inclusif ont un problème avec eux-même et peuvent aller voir ailleurs.

**C.B. Est-ce qu'il y a un moment phare ou un souvenir dans ta carrière que tu voudrais partager ?**

W.G. Je pense que je suis trop jeune pour avoir un moment phare en tête parce qu'il me reste encore tant de choses à accomplir, tu vois ? En plus, cette question me donne l'impression d'être vieille alors que je n'ai que 28 ans, peut-être 29 lorsque cet article sortira lol ! Pour moi, le meilleur reste à venir ! Je ne veux pas paraître trop cliché mais je dirai que toutes mes expériences jusqu'à maintenant ont été des moments phares dans ma carrière. J'ai l'honneur de travailler avec des personnes extraordinaires et j'en admire certaines depuis mon adolescence, je n'aurais

jamais pensé pouvoir travailler avec elles, un jour ! Parfois ça me paraît complètement irréal.

**C.B. Je serai curieuse de connaître ton avis à propos de la dernière couverture d'Edward Enninful pour Vogue UK. Qu'en as-tu pensé ?**

**W.G.** J'étais bouche bée ! C'est incroyable parce qu'Edward a apporté quelque chose dont on avait vraiment besoin à ce moment-là. Quand il a été nommé, j'habitais encore à Londres, car je faisais mes études. Je me rappelle quand il a commencé à travailler pour le British Vogue, c'était tellement incroyable. J'adore cette couverture parce que, d'une part, personne ne pensait qu'il était possible de rassembler autant de célébrités en même temps (ce qui est iconique); d'autre part, c'était super de voir ce groupe de femmes inspirantes et magnifiques. Cette couverture est une célébration des femmes et de leurs réussites. Je trouve que c'est une image très puissante. Pour moi, le message était le suivant : je veux raconter l'histoire de toutes ces femmes.

**C.B. Quels conseils donnerais-tu à des professionnels de la mode, que ce soit dans les magazines ou dans les entreprises de mode, pour réussir dans leur recherche de diversité ?**

**W.G.** D'être authentique. Si nous sommes authentiques, ce sera toujours un milieu diversifié. Parfois, il ne faut pas se forcer au risque de tomber dans l'hypocrisie. On se sent obligé d'intégrer ce type de personne alors qu'elle n'est pas forcément nécessaire au récit qu'on souhaite raconter, ce qui est problématique dans ce cas. Aussi, pour avoir une industrie diversifiée il faut que des personnes racontent leur histoire. Chaque personne possède ses références culturelles qui lui sont propres, donc lorsqu'elle raconte son histoire et qu'une autre personne la raconte aussi, l'industrie se diversifie automatiquement. Par exemple, je peux raconter mon expérience en tant que jeune femme née en France de parents d'Afrique de l'Est, mais ce ne sera pas la même expérience que quelqu'un du Moyen-Orient, d'Asie, d'Europe de l'Est ou d'ailleurs. Il existe tant de couches qui se cachent derrière notre identité. Nos différences, ainsi que nos histoires, sont innombrables. Nous devons faire de la place pour que chacun puisse les raconter. Mais si je devais donner mon avis, je dirais qu'il faut être authentique et travailler dur. Les autres s'en apercevront et de réelles connexions pourront être établies. Par expérience, les meilleures personnes sont toujours les personnes les plus authentiques.

**C.B. Si tu essayes de te projeter, tu te sens plutôt optimiste ou pessimiste en ce qui concerne les initiatives prises pour assurer la diversité dans cette industrie ?**

**W.G.** Je suis une éternelle optimiste, mais j'ai l'impression de ne pas avoir le choix. Je suis optimiste parce que j'ai ma propre expérience : j'ai vu comment la mode a changé et comment je suis moi-même maintenant représentée. Je ne dirais pas que ça ne changera jamais parce nous avons vu du changement dans les 15 dernières années. Il y a eu

des périodes pendant lesquelles nous avons senti que le dialogue stagnait, mais nous devons abattre ces murs entre nous et rouvrir cette conversation. Il me paraît important de soutenir les jeunes créateurs, les aider à s'épanouir et à établir des entreprises. C'est un peu inquiétant, car le modèle traditionnel de l'entreprise est en train de s'effondrer, donc nous avons besoin de créer des espaces et des soutiens pour ces jeunes. L'industrie de la mode a besoin de se réinventer.

**C.B. Qu'est-ce que l'avenir te réserve ? Quels sont tes espoirs et tes objectifs ?**

**W.G.** Pour le moment je suis très occupée car je travaille pour Vogue World. Je travaille sur la réalisation, mais je ne peux pas en dire plus, rendez-vous le 23 juin ! Je travaille également sur d'autres projets personnels et des projets philanthropiques. Par exemple, aux côtés de ma chère amie l'actrice, la productrice et la directrice Magaajiya Silberfeld, nous avons créé un événement à l'occasion de la Mostra de Venise, *Les femmes dans les films - Une table ronde*. L'idée est de créer un espace pour des femmes qui travaillent dans les différents secteurs de l'industrie cinématographique (des directrices, des productrices, des actrices, des scénographes, etc.) de façon à ce qu'elles puissent partager leurs expériences et trouver des solutions pour améliorer leurs conditions de travail dans cette industrie principalement dominée par les hommes. Nous avons pour projet d'organiser un événement similaire à Venise cette année alors restez à l'affût ! Qu'est-ce que l'avenir me réserve d'autre ? Je ne vais pas te mentir, je suis très mauvaise pour me fixer des objectifs. J'ai pris la vie comme elle venait, et je ne m'en sors pas trop mal, alors je pense poursuivre dans cette voie. Je n'aime pas me fixer des objectifs, ça m'angoisse. Je ne veux pas être trop stricte avec moi-même. Peut-être qu'on se reparlera dans deux ans et que je serai cheffe !

**C.B. Ne pas avoir d'objectif c'est bien aussi parce que ça veut dire que tu es heureuse et que tu n'es pas en train de chercher quelque chose d'autre.**

**W.G.** Quand je me réveille, je suis heureuse, et je fais des choses que j'aime avec des personnes que j'aime. Tout est une question d'amour. Peut-être qu'un jour je changerai de voie, qui sait ? Aussi, un bon conseil serait de ne pas être trop dur avec soi-même. J'étais si dure avec moi-même quand j'étais plus jeune. Prends le temps de travailler, d'explorer et de prendre du temps pour toi. Je pense que nous vivons dans une époque dans laquelle nous nous sentons tellement opprimés que nous ressentons le besoin d'interagir constamment. Cette remarque vient de quelqu'un qui adore interagir avec les autres [rires] mais qui prend son temps et n'est pas trop dure avec elle-même. Parfois quand on se laisse aller et qu'on prend le temps, les choses viennent à toi. Il faut simplement avoir confiance.

Écrit par Carolina Benjumea.  
Traduit par Emma Cahill.

