

ECOBANK, DISSENSIONS ET AMBITIONS • MODE : LE TOP 10 DES CRÉATEURS

ÉDITION OCTOBRE 2013

Forbes

AFRIQUE

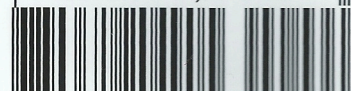
**TONY
ELUMELU**

L'AFRICAPITALISTE

L'HOMME D'AFFAIRES NIGÉRIAN
A FORGÉ UN CONCEPT ÉCONOMIQUE
QUI, SELON LUI, PEUT TRANSFORMER
ET FAIRE PROSPÉRER L'AFRIQUE.

Bénin, Burkina Faso, République centrafricaine, Mali, Niger : 5 000 FCFA | Cameroun, République du Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Sénégal : 1 000 FCFA, Djibouti : 600 € | Madagascar, Ile Maurice : 5,50 € | République démocratique du Congo : 5,70 €

M 06312-9-F: 4,90 €-RD



Le business des Fashion Weeks

Le nombre de semaines de la mode mettant en avant les créateurs africains, sur le continent ou ailleurs, ne cesse d'augmenter. Au risque de perdre de vue l'objectif premier des designers : vendre leurs produits.

Pour connaître les tendances de la mode, il faut se rendre aux incontournables Fashion Weeks de New York, Londres, Milan et Paris, dans l'ordre. Et en l'absence de créateurs africains dans les traditionnelles semaines de la mode, plusieurs événements se développent pour leur offrir cette visibilité.

Ce secteur est devenu un business à part entière à en croire Adiat Disu, la créatrice d'Adirée Fashion Agency, une agence de communication et conseil basée aux Etats-Unis, à l'origine de l'Africa Fashion Week de New York. « Nous avons pour objectif de faire de l'Afrique une référence en tant que destination pour les marques de luxe. Adirée a observé la manière dont l'Afrique est vue et ce qui se produit pour les designers qui s'associent à nous lors de nos Fashion Weeks. » La première édition de l'Africa Fashion Week de New York se tient en 2010. Son succès donnera naissance à des éditions londonienne et parisienne.

« La perception positive de la mode africaine est due à plusieurs facteurs et à de nouveaux acteurs, explique Adiat Disu. Comme le Dr Precious Motsepe, de l'African Fashion International, en Afrique du Sud. Elle dirige la Mercedes-Benz Fashion Week, qui permet l'émergence de nouveaux talents africains. Ou la Nigériane Omoyemi Akerele, la directrice de Style House Files, qui, à une conférence organisée par le *Herald Tribune*, a fait mouche sur les réalités de l'industrie du luxe en Afrique. » On peut aussi citer la styliste franco-sénégalaise Adama Ndiaye, qui s'est illustrée en créant la Black Fashion Week. Après avoir conquis Paris et Prague, le concept s'exporte désormais à Montréal et Bahia. Adama est aussi aux manettes de la Dakar Fashion Week, qui célèbre cette année ses

Adiat Disu, à la tête d'Adirée Fashion Agency, est la directrice de l'Africa Fashion Week de New York, dont la première édition a eu lieu en 2010. Son idée a déjà essaimé dans plusieurs grandes villes du monde.

onze ans d'existence. Rien qu'en 2011, pas moins de 16 événements concernant la mode ont eu lieu en Afrique.

DES PAYS PIONNIERS

Sur le continent, les professionnels n'ont pas attendu cet engouement international pour les tissus africains. L'Afrique du Sud figure parmi les pionniers. Le pays est reconnu pour organiser les plus grands défilés et Cap Town ou Johannesburg ont leurs propres Fashion Weeks. Le gouvernement sud-africain a même mené des enquêtes de terrain pour constater les progrès à réaliser et a financé nombre de projets. Autre pays, anglophone, en avance : le Nigeria. Lexy Mojo-Eyes est le président et fondateur de Legendary Gold Limited, qui organise chaque année depuis 1997 différentes manifestations liées à la mode. « Quand j'ai introduit la promotion de la mode au Nigeria en 1996, mon but était de montrer le travail des designers nigériens et africains sur la scène internationale, avec l'objectif de créer un marché pour leurs produits. L'Afrique est la nouvelle terre d'inspiration de la mode internationale. » Lexy Mojo-Eyes a ainsi intégré l'Organisation mondiale de la mode (WFO). « Avec la collaboration de la WFO et l'ambassade du Nigeria en France, nous avons



« La perception positive de la mode africaine est due à de nouveaux acteurs. »

© DR



A gauche : Patrice et Precious Motsepe. Cette dernière préside African Fashion International. A droite : Lexy Mojo-Eyes organise depuis 1997 la Nigeria Fashion Week, le Nigeria Fashion Show, les Nigeria Fashion Awards et les Nigeria Model Awards.


organisé l'Africa Fashion Reception, le 22 juin dernier à Paris. Seize stylistes y représentaient 16 pays africains. » À côté du travail de Legendary Gold Limited, l'African Fashion International travaille aussi à promouvoir la mode africaine. « L'industrie de la mode peut devenir un grand business en Afrique. Elle pourrait contribuer au développement du tissu industriel, des infrastructures, et encore plus avec le soutien des gouvernements. La mode peut créer de nombreux emplois », confirme l'entrepreneur nigérian.

ÊTRE RÉALISTE FACE AU MARCHÉ

Un défilé dure moins d'un quart d'heure et coûte au minimum 300 000 euros. A cela, on doit ajouter les frais de location de salle, les mannequins, les maquilleurs, sans compter

les nombreux invités prestigieux. Des frais qui peuvent s'élever à des dizaines de milliers d'euros. Ces chiffres, aucune des personnes interrogées n'a voulu nous les présenter. Pour l'instant, la plupart des organisateurs affirment ne pas gagner suffisamment d'argent sur ces grands shows. À en croire Adiat Disu, cela ne devrait plus tarder : « Mon rêve pour l'Afrique est de promouvoir notre propre mode. Le continent compte de nombreux millionnaires. Ils devraient pouvoir dépenser sur place pour des produits de luxe. C'est le point de départ d'un processus de responsabilisation des marques nationales. » Des propos qu'il faut tout de même nuancer, car face à cet engouement pour les événements glamour, des polémiques sont nées en Afrique du Sud. Selon plusieurs designers et organisateurs, il faudrait réduire le nombre de Fashion Weeks pour se concentrer sur l'aspect commercial. Le photographe Mario Epanya, invité à la majorité de ces manifestations, analyse : « Ce qui est dommage, c'est qu'on s'intéresse plus au show qu'aux créations. Parfois, lors de ces défilés, il n'y a pas d'acheteurs, pas d'informations sur les designers et les lieux où on peut acheter leurs produits. Il faudrait ralentir le rythme, créer plus d'infrastructures

« La mode peut devenir un vrai business en Afrique et créer de nombreux emplois. »

d'accompagnement, être mieux équipés, mieux comprendre et étudier le marché, mieux fournir les collections, et ensuite célébrer ce travail, deux ou trois fois par an, comme le font les grandes maisons à l'international. » L'un des plus grands défis de la mode africaine est de convaincre les designers et organisateurs d'être réalistes face au marché. Ce n'est ni New York, ni Paris, ni les quelques pièces de wax qui s'y vendent qui les feront vivre de la mode, mais bien la gestion d'entreprise. 



LABO ETHNIK Le salon semi-professionnel de la mode africaine

DU 21 AU 23 JUIN 2013 S'EST TENUE À PARIS LA 7^E ÉDITION DU LABO ETHNIK FASHION WEEKEND, QUI RÉUNIT DES CRÉATEURS DE MODE DU MONDE ENTIER, ET D'AFRIQUE EN PARTICULIER. Yvette Tai-Coquillay, fondatrice et directrice de la manifestation, est formelle : « Le Labo Ethnik Fashion Weekend est un événement engagé, ouvert sur le monde et la mode. Il met en lumière les talents de demain, nationaux et internationaux, il crée des passerelles entre les cultures et la couture. Il est attaché à la créativité, aux savoir-faire, aux démarches de production et à l'avenir de la terre. Aujourd'hui, le Labo Ethnik Fashion Weekend peut se définir comme une vitrine et un espace d'expression uniques pour les créateurs de toute la planète. » Cette édition a été placée sous le signe du professionnalisme, avec, en plus du défilé, des conférences et des expo-ventes. Objectif : mettre l'accent sur les perspectives commerciales, soutenir le commerce équitable et les jeunes créateurs afro-caribéens. Depuis sa création, le Labo Ethnik Fashion Weekend n'a cessé de révéler des talents internationaux tels que Christie Brown, Thula Sindi, David Tlale, Iuten Basi, Kluk CGDT ou Abigail Betz, pour n'en citer que quelques-uns. Pour les prochaines années, son objectif est de devenir une plate-forme de la mode africaine, en créant le lien entre les acheteurs, les journalistes et les marques qui s'associent à l'événement.

© 2013 GALLO IMAGES - LEGENDARY PICTURES - PIERRE MOREL



Ces créateurs ont développé une vraie vision. Les magazines occidentaux ont tous relayé la frénésie ambiante autour de la mode africaine. Dans son édition spéciale « Best Dressed : Vogue's Rising Style Stars of 2011 », l'édition américaine de *Vogue* a mis à la une non pas une, mais deux femmes africaines : l'Éthiopienne Julia Sarr-Jamois, rédactrice de mode pour *Wonderland Magazine*, et la Nigérienne Oroma Elewa, rédactrice en chef du magazine *Pop' Africana*.

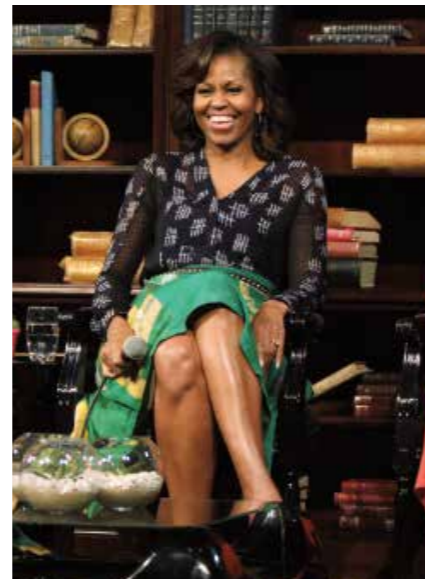
Cependant, tous les designers africains ne sont pas sur un pied d'égalité. « Les créateurs anglophones ont beaucoup d'avance sur les francophones, notamment parce que certains Etats, comme le Ghana, le Nigeria et le Kenya, ont pris conscience de l'importance économique de ce domaine, en termes de création d'emplois et de bénéfices par exemple. Certains de ces pays ont lancé des campagnes afin de pousser la population à acheter plus de vêtements faits sur place. Par ailleurs, je dirais qu'actuellement, même s'il y a une véritable hégémonie nigérienne, c'est un ensemble de pays qui font l'actualité, avec des nouveaux venus comme l'Angola, l'Éthiopie ou le Mozambique, qui eux aussi commencent lentement mais

sûrement à trouver leurs marques. Côté francophone, le Sénégal reste un leader incontournable, mais on peut aussi citer la Côte d'Ivoire et le Mali », explique Paola-Audrey Ndengue.

OPPORTUNITÉS ET CHALLENGES

La crise financière mondiale de 2008 a obligé les marchés occidentaux à déplacer leurs curseurs vers l'Afrique. Les retombées économiques dans le secteur de la mode sur le continent sont difficilement chiffrables, car très peu de pays ont bénéficié de cette aubaine. L'Afrique du Sud a profité des capitaux occidentaux pour lancer des programmes en direction des créateurs. L'Etat a investi dans des boutiques et des ateliers. Avec le marketing et suffisamment d'exposition, les contrats avec les chaînes de magasins en Europe et aux Etats-Unis pourraient rapporter plus d'un million de dollars par an. La seule ombre au tableau reste le coût des importations de textiles.

Mais comment traduire sur le plan international un marché qui existe dans certains pays et pas dans d'autres ? Pour plusieurs spécialistes,




Ci-dessus : Michelle Obama, dans une tenue signée Maki Oh. La styliste d'origine nigérienne a réussi à imposer sa marque aux Etats-Unis. A gauche : Le photographe Mario Epanya, dont le projet de *Vogue Africa* n'a malheureusement pas pu voir le jour.

les principaux marchés sont difficiles à pénétrer, parce qu'il faut avoir une certaine longévité. Par exemple, à Paris, excepté pour ceux qui y sont installés depuis les années 1980, comme Alphadi ou Imane Ayissi, il est pratiquement impossible d'avoir une boutique avec pignon sur rue. Pas seulement à cause de la concurrence française, mais aussi du fait de la présence de créateurs allemands, anglais, belges...

Nombreux sont ceux qui font donc désormais le choix de rester sur le continent. Le Nigeria a pris de l'avance dans ce domaine, en l'absence de grandes marques de prêt-à-porter africaines. Temple Muse est l'une de ces adresses d'initiés, dans le quartier chic de Victoria Island, à Lagos. Ses fondateurs, Avinash et Kabir Wadhvani, sont deux frères d'origine indienne : l'un a été acheteur pour le grand magasin londonien Selfridges, l'autre a travaillé chez Publicis. Leur cible est celle des nouveaux millionnaires du pétrole, des industriels. Ce temple du luxe

propose une sélection de vêtements de créateurs nigériens triés sur le volet, présentés aux côtés de grandes marques internationales. Des pièces dont le prix peut atteindre des sommes astronomiques – on arrive facilement à 3 000 dollars. Par ailleurs, le nombre de franchises aussi augmente dans la capitale nigérienne. Ermenegildo Zegna, numéro un mondial du prêt-à-porter haut de gamme pour hommes, a choisi Lagos pour ouvrir sa première franchise en Afrique subsaharienne. Mais avant que se généralisent ces modèles, il faudra du temps. En cause, la bureaucratie, les coûts de fonctionnement, sans compter les pannes d'électricité quotidiennes, qui obligent à investir dans de coûteux générateurs et à en assurer la maintenance.

Pour Chayet Chiénin, les défis sont de plusieurs ordres. « Un premier challenge, et non des moindres, serait la mise en place d'un vrai environnement de protection juridique concernant la propriété intellectuelle. Il existe encore trop de designers qui ne pensent pas à protéger leurs créations, alors que c'est primordial dans ce secteur. Le second challenge réside dans la capacité de ces créateurs à se créer une vraie image de marque en ayant une réelle stratégie de communication et de marketing. Ceux qui en font l'économie ne se développent pas et ratent des opportunités. Des marques africaines telles que Jewel By Lisa, Christie Brown ou Maki Oh arrivent à tirer leur épingle du jeu, mais elles restent trop peu nombreuses. »

On est encore loin du marché global africain, mais les ambitions et la créativité des designers du continent démontrent que l'influence africaine devrait poursuivre sa mutation. A condition de se renouveler sous de nouvelles formes, et sur les podiums du monde. Et de cette façon, les styles et tissus africains continueront aussi à influencer les créateurs occidentaux. 



Tissus africains

Extrait d'*Afrique des textiles*, d'Anne Grosfilley, Edisud, 2004.

WAX

« Wax » signifie « cire » en anglais. C'est un batik (réalisation des motifs par impression de cire avant la teinture) industriel aux motifs colorés imprimés sur une toile de coton. Le wax est paradoxal, c'est le « tissu africain d'Europe ». Il a été élaboré en Hollande il y a plus de cent cinquante ans. Mais il est également revendiqué par les habitants d'Afrique de l'Ouest et centrale comme un élément de leur culture, un symbole de leur identité.

BAZIN

C'est une pièce de coton damassée, en provenance d'Autriche, d'Allemagne ou de Chine. Etoffe industrielle, elle est teintée en Afrique de façon artisanale. Au Sénégal, elle est alors appelée « cuub », ce qui signifie « tissu teinté » en wolof. Les motifs sont réalisés par différentes techniques de réserve, qui sont parfois combinées entre elles : broderies, ligatures, réserves cousues à la machine, application de tampons de cire, pochoirs, « cracking », etc. Le bazin teinté est ensuite apprêté : amidonné et frotté avec un pain de cire, il est

confié à des « tapeurs » qui le martèlent avec des maillets en bois. Cela rend l'étoffe rigide et lui donne son aspect brillant. Le bazin est un tissu prestigieux, aux qualités variées. Il est le symbole de l'élégance urbaine en Afrique.

BOGOLAN

Tissu du Mali décoré avec des plantes et de l'argile, « bogolan » signifie « fait avec la terre » en langue bambara. C'est une étoffe totalement artisanale : elle est tissée en coton filé au fuseau, et teintée avec des pigments naturels d'origine végétale ou minérale, et sur des supports. Les motifs sont réalisés à main levée ou au pochoir. Traditionnellement, son pouvoir se situait dans la symbolique des motifs. Le bogolan est aujourd'hui représentatif de l'identité malienne.

INDIGO

L'indigo est la première plante tinctoriale d'Afrique de l'Ouest, et la plus répandue. Il caractérise ce bleu intense et profond, qui sera décliné dans différents motifs selon les peuples. C'est une étoffe traditionnelle, totalement artisanale : la teinture

végétale est appliquée sur des toiles tissées en coton filé au fuseau. Les motifs sont réalisés par réserve : il s'agit de ligaturer ou coudre avec un fil de coton, de raphia ou les fibres plastiques d'un vieux sac de riz les zones où seront révélés les motifs. Aujourd'hui, les teintures à l'indigo sont également appliquées sur des pagnes en bazin.

KENTÉ

Le kenté est un tissu africain originaire du Ghana et tissé par le peuple akan-ashanti depuis le XII^e siècle. C'est un tissu royal au caractère sacré, et les notables ne le revêtent, drapé à la manière d'une toge romaine, que pour les cérémonies. Un kenté est composé de bandelettes multicolores tissées à partir de fils de coton ou de soie sur un métier à tisser traditionnel. Les bandelettes sont ensuite cousues côte à côte. Les motifs et les couleurs ont des significations particulières.

Il existe beaucoup d'autres tissus, tels que le shwe shwe en Afrique du Sud, le chivi ou védomé au Bénin, etc.

LE TOP 10 DES CRÉATEURS

Notre classement des plus grands talents africains dans le domaine de la mode.



2. Maki Oh NIGERIA

La Nigérienne Maki Oh – Amaka Osakwe de son vrai nom – est la créatrice *made in Africa* qui a évolué le plus rapidement à l'international. En 2012, elle présente ses modèles lors de défilés à Londres, à Lagos et à l'Africa Fashion Week de Johannesburg, où elle reçoit le prix de jeune créateur émergent le plus prometteur. Après des études de mode en Angleterre, puis un bref cursus en arts plastiques, elle est revenue au Nigeria pour développer ses créations. Son travail tourne principalement autour des matières organiques africaines, grâce à une technique naturelle de teinture à l'indigo appelée « adire ».



3. Duro Olowu NIGERIA

Duro Olowu est un designer nigérian basé à Londres. Né à Lagos, il a été élevé entre le Nigeria et l'Angleterre. Il est inspiré par le mélange des couleurs et la texture riche des vêtements portés par les femmes qui l'entourent. En 2004, il lance sa première collection. Il est nommé designer de l'année pendant la Fashion Week britannique en 2005. Ses magnifiques mélanges de couleurs d'inspiration africaine ainsi que ses créations urbaines lui ont valu des clientes telles que Michelle Obama, Uma Thurman ou Linda Evangelista.

1. Oswald Boateng GHANA

C'est sûrement l'un des créateurs les plus doués et atypiques de sa génération, mais aussi l'homme le plus cool de la planète selon les critiques de mode. A la fin de chaque défilé, Oswald Boateng exprime sa joie en sautant, en serrant des personnes de son entourage dans ses bras... Bref, il jubile après des mois de labeur. Et c'est comme ça depuis 1995 et son arrivée sur Savile Row, la Mecque du sur-mesure anglais. Il réussit dans cet *establishment* feutré en bousculant les traditions du *tailoring* anglais. Il présente une première collection en 1994. L'année suivante, il ouvre son premier magasin. Une ascension fulgurante, durant laquelle il perfectionne son amour pour les coupes hautes, à l'italienne. Les mélanges ne lui font pas peur, ce qui lui vaut parfois des critiques. Peu importe, Boateng a de plus en plus de clients de renommée internationale : Laurence Fishburne et Will Smith, entre autres. On pourrait croire que sa vie est un conte de fées, mais Oswald Boateng va connaître à la fin des années 1990 la faillite, les dettes, un divorce compliqué... Et le pire arrive en 1999 : toute une collection est volée dans son studio. Mais il revient en 2000 et décroche le titre de meilleur designer masculin aux British Fashion Awards. Il est ensuite réclamé par Kenzo, Givenchy et Dior. C'est sur Givenchy que se porte son choix. Il y reste trois ans. En 2007, il s'installe avec sa propre marque au 30 Savile Row.

© KEITH BEDFORD/REUTERS - DR - ZET MARTON - PIERRE MOREL



4. Christie Brown/ Aisha Obuobi GHANA

« Si vous êtes vraiment passionné de mode, lancez-vous. Ne laissez personne vous décourager. La route est longue et difficile, et c'est cette passion qui vous motivera et vous accompagnera lors des mauvais jours. » Les propos sont d'Aisha Obuobi, la pétillante styliste qui a créé la marque Christie Brown en 2008, en référence au nom de sa grand-mère, couturière, décédée trois ans plus tôt. Après avoir réalisé qu'il n'existait pas assez de marques africaines sur la scène internationale, elle s'inscrit à la Vogue Style School of Fashion. Ce qu'elle souhaite en particulier, c'est que les gens puissent porter le wax aisément, dans la vie de tous les jours. « C'est formidable de voir des designers africains s'emparer de ce mouvement et travailler sans relâche pour vraiment mettre en valeur le meilleur de ce que le continent a à offrir », explique-t-elle. Elle possède une boutique à Accra, au Ghana, avec des ateliers où elle propose des vêtements sur mesure. Et sa marque, qui est l'une des plus sollicitées lors des Fashion Weeks en Afrique, a commencé en 2010 à fouler les podiums des grandes capitales de la mode.

© FINBARR O'REILLY/REUTERS - TARON QUICK PHOTOGRAPHY - ALESSIA PIERDOMENICO/REUTERS - ERIC THAYER/REUTERS - ROMAIN NICOLAS

5. Adama Paris SÉNÉGAL

Adama Ndiaye, alias Adama Paris, est devenue en quelques années une figure emblématique de la mode internationale. Cette jeune Franco-Sénégalaise d'à peine 30 ans a décidé de créer autour d'elle un mouvement, la « mode noire ». Son objectif : faire connaître les créateurs exclus des circuits classiques. Née à Kinshasa d'un père diplomate et d'une mère institutrice, elle vit aujourd'hui entre Los Angeles, Paris et Dakar. Après avoir présenté ses collections sur les plus grands podiums, elle crée la Dakar Fashion Week, une semaine de la mode très courue depuis onze ans en Afrique. Un succès en appelant un autre, elle lance en 2011 la Black Fashion Week à Prague et Paris. Montréal suivra en juillet 2013 et l'événement se dupliquera même à Bahia au Brésil.



6. Elie Kuame LIBAN/CÔTE D'IVOIRE

En 2013, des défilés Elie Kuame auront eu lieu pratiquement partout dans le monde : en France, en Arabie saoudite, au Liban, en Chine, au Gabon, au Cameroun, en Côte d'Ivoire, au Burkina Faso, dans les Antilles françaises et bien sûr au Canada et aux Etats-Unis. Né en Belgique, Elie Kuame a grandi en Côte d'Ivoire, avant de se rendre à Paris en 2000, pour des études en sciences économiques. Mais, très vite, il change de voie et travaille dans une grande maison spécialisée dans les robes de mariée. Il va s'y former et participer à des défilés et des concours. C'est ainsi qu'en mars 2006 il est lauréat d'un concours de jeunes créateurs parrainé par la maison Hermès. Avec ce succès, il lance Elie Kuame Couture. Depuis, son influence dépasse les frontières françaises et africaines.



7. Imane Ayissi CAMEROUN

Prolifique, c'est le moins que l'on puisse dire du Franco-Camerounais Imane Ayissi. Il totalise près de 30 collections présentées au public à ce jour. À son arrivée à Paris en 1992, il donnera des cours de danse, tout en poursuivant une carrière de mannequin. Mais pour lui, ce sera finalement la mode. Son style : sobre, glamour, fluide. Il présente aussi bien des collections de haute couture que de prêt-à-porter de luxe. Aujourd'hui, Imane Ayissi est invité à de nombreux événements pour son expertise dans le domaine et la régularité de ses collections.



8. Eric Raisina MADAGASCAR

S'il est un homme à Madagascar qui sublime aussi bien les matières que les femmes, c'est lui. Eric Raisina multiplie les expériences pour développer des tissages entre tradition et haute technicité. Après avoir été mandaté par Yves Saint Laurent et Christian Lacroix pour développer des tissus exclusifs, Eric Raisina a créé sa marque et a installé sa boutique-atelier à Siem Reap, au Cambodge.



9. Martial Tapolo CAMEROUN

Depuis son premier prix au concours Jeunes créateurs du festival Afric Collection en 2006, plus rien n'arrête le styliste camerounais Martial Tapolo. Après treize ans de carrière, il est toujours aussi créatif que prolifique. Il poursuit son exploration de la mode pour en sortir des tenues faites de raphia et de toiles de jute, mais aussi de cuir et de plusieurs autres textiles africains.



10. Alphadi NIGER

On ne présente plus le « Magicien du désert », aujourd'hui installé à New York. Depuis trente ans, Alphadi impose sa griffe. Issu d'une grande famille touareg du Niger, il milite pour une industrie de la mode qui se diversifie. Il est convaincu que la mode et la culture peuvent aider l'Afrique à prospérer. Il a créé en 1998 le Festival international de la mode africaine.





LA MODE 100% AFRICAINE

L'Afrique était autrefois une simple source d'inspiration « anthropologique » pour les marques internationales de la mode. Mais le continent connaît aujourd'hui l'émergence de talentueux créateurs, plus que jamais décidés à exporter leur travail sur la scène mondiale.

DOSSIER RÉALISÉ PAR VIVIANE FORSON

Avec un nombre grandissant de créateurs, l'image de l'Afrique sur la scène internationale de la mode a bien changé. Ces stylistes s'appuient sur le regain d'intérêt culturel, et surtout économique, qui traverse le continent depuis cinq ans. Certains se sont déjà établis, tels que Duro Olowu à Londres, Maki Oh aux Etats-Unis, Xuly Bêt à Paris, Kofi Ansah au Ghana, Jewel By Lisa à Lagos et Marianne Fassler à Johannesburg. Désormais, ils inspirent les jeunes talents et accroissent leur notoriété lors des Fashion Weeks qui se déroulent en Afrique. Et on trouve leurs créations sur les sites marchands.

L'AFRIQUE COMME INSPIRATION

Depuis le début du xx^e siècle, l'empreinte de l'Afrique est présente chez les grands couturiers. Le premier acte marquant de cette appétence reste la collection « Africaines » d'Yves Saint Laurent, en 1967. Il présenta alors des modèles agrémentés de perles, de franges en raphia. Tout ou presque rappelait l'Afrique, les tissus aux couleurs vives, l'emploi de matériaux organiques. Par la suite, il ne se passera pas une année sans qu'un couturier ne s'empare des symboles de la culture du continent. Tel John Galliano en 1997, avec sa robe de soirée

Kitu pour Dior. L'apothéose sera la collection haute couture de Jean-Paul Gaultier en 2004, avec des robes qui ont pour nom Kilimandjaro, Bambara, Abidjan. Quatre ans plus tard, ce sont ces mêmes inspirations qui sont présentées lors des semaines de la mode de New York et Paris, avec Oscar de La Renta, Burberry et Agnès B.

L'effet sera ensuite repris par les marques de prêt-à-porter H&M, Mango, Zara, Esprit, Etam, avec parfois quelques travers, ce que déplore Paola-Audrey Ndengue, rédactrice en chef de *Fashizblack*, un bimestriel consacré à la mode africaine contemporaine. « Parfois, on a l'impression que ces marques ne sont pas sincères, la mode africaine est ramenée dans les cas les plus extrêmes à des motifs très exotiques, tels que des bananes, des zèbres, des patchworks ethniques, des stéréotypes en somme. » Pour le photographe de mode franco-camerounais Mario Epanya, « il y a

C'est du continent que le changement est arrivé. Des talents éclosent, se font connaître et étonnent par leur clientèle parfois très sélective.

un double langage, que peuvent se permettre les grands groupes, car les stylistes africains n'ont pratiquement pas d'écho, pas d'ouverture sur le monde, ils n'ont pas de pouvoir dans les médias ». Il fait référence à sa propre expérience, avec sa proposition sérieuse, budgétée et testée de création d'un *Vogue Africa* qui n'a jamais vu le jour. C'était en 2009.

LA MODE PAR LES AFRICAINS

« Pour moi, le vrai changement commence à partir de 2011. Et en 2012, c'est le boom total, autant les grandes maisons que les grands distributeurs, tous les créateurs utilisent les tissus africains. Et pour 2013, la tendance ne s'arrête pas. Un marché s'est créé », analyse Chayet Chiénin, qui publie sur le blog *Nothing but the wax*, spécialiste de la mode africaine. Conséquence, de plus en plus de créateurs africains ont accès au marché mondial de la mode.

Et c'est du continent que le changement est arrivé. Des talents émergent, se font connaître et étonnent par leur clientèle parfois très sélective. Amaka Osakwe, plus connue sous le pseudonyme de Maki Oh, par exemple, signe des collections dites « afro-pop » pour Michelle Obama et Anna Wintour. Des stars du cinéma, des chanteurs se font les ambassadeurs de cette nouvelle réserve. On citera notamment Beyoncé Knowles-Carter.