



unesco



The secteur de la **MODE**
en **AFRIQUE**

Tendances, défis et
opportunités de croissance

Le secteur de la **MODE** en **AFRIQUE**

Tendances, défis et opportunités de croissance

Publié en 2023 par l'Organisation
des Nations Unies pour l'éducation,
la science et la culture (UNESCO)
7, place de Fontenoy,
75352 Paris 07 SP, France

© UNESCO 2023
ISBN 978-92-3-200296-9
<https://doi.org/10.58337/DURK4258>



Œuvre publiée en libre accès sous la licence Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Les utilisateurs du contenu de la présente publication acceptent les termes d'utilisation de l'Archive ouverte de libre accès UNESCO (<https://www.unesco.org/fr/open-access/cc-sa>).

Les images marquées d'un astérisque (*) ne sont pas couvertes par la licence CC-BY-SA et ne peuvent en aucune façon être reproduites sans l'autorisation expresse des détenteurs des droits de reproduction.

Titre original : *The African Fashion Sector: Trends, challenges & opportunities for growth.*
Publié en 2023 par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

Les désignations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les idées et les opinions exprimées dans cette publication sont celles des auteurs ; elles ne reflètent pas nécessairement les points de vue de l'UNESCO et n'engagent en aucune façon l'Organisation.

Photo de couverture :
© Thandiwe Muriu/Institute*

Création graphique et mise en page :
Corinne Hayworth

Traduction : CLD
Imprimé par l'UNESCO

RÉSUMÉ SUCCINCT

La mode en Afrique, un secteur en plein essor

Le secteur de la mode en Afrique bouillonne d'opportunités, porté par l'essor des classes moyennes, une population jeune et croissante, une urbanisation rapide et le développement des technologies numériques. Les créateurs de mode africains, qui s'inspirent souvent des techniques et savoir-faire traditionnels, génèrent des retombées économiques concrètes pour les communautés, tout en contribuant activement à redéfinir l'image du continent.

Aujourd'hui, des villes comme Abidjan, Casablanca, Dakar, Johannesburg, Lagos et Nairobi sont des plaques tournantes de la mode et du design en plus d'être des pôles financiers et commerciaux. D'autres villes et régions du continent connaissent également un développement important dans le secteur de la mode, de la production de matières premières aux textiles et aux accessoires.

Pourtant, le secteur de la mode en Afrique peine encore à atteindre son plein potentiel en raison d'obstacles tels qu'un manque persistant d'investissements et d'infrastructures, des systèmes d'éducation et de formation limités, une protection insuffisante de la propriété intellectuelle et des difficultés à accéder à de nouveaux marchés et à s'approvisionner en matières premières de qualité à un prix abordable.

Le présent rapport examine les principaux défis et tendances qui façonnent le secteur de la mode, du textile et des métiers d'art en Afrique, afin de fournir des recommandations politiques fondées sur des données probantes pour sa croissance durable.

32 pays d'Afrique organisent des semaines de la mode pour promouvoir le secteur de la mode et du textile aux niveaux régional et international



REMERCIEMENTS

L'équipe éditoriale de l'UNESCO, dirigée par Toussaint Tiendrebeogo, Chef de l'Entité de la diversité des expressions culturelles, était composée de Doyun Lee, Gabrielle Thiboutot, Lotfi Aoulad, Patricia Huang et Caroline Bordoni. Ce présent rapport a été préparé par Culture and Development East Africa (Ayeta Wangusa et Yarri Kamara) et se base sur des recherches et consultations menées par Adwoa Owusuaa Bobie et TheRockGroup (Karin Boomsma et Elise Sormani), avec le soutien de Yasmine Hussein, Elizabeth Mbabazi Kagwa, Florence Mukanga Majachani, Diana Ramarohetra et Rania Tarhouni.

Il a bénéficié des apports avisés des experts suivants qui ont participé à un atelier de haut niveau organisé par l'UNESCO : Alphadi, Anne Grosfilley, Bettina Heller, Emanuela Gregorio, Lulu Shabell, Katungulu Mwendwa, Mehdi Benosman, Mercedes Recalde, Nelly Wandji, Saïd Assadi, Sheldon Kopman, Francisco d'Almeida, Brigitte Flamand et Frédérica Brooksworth.

L'étude a bénéficié également de l'expertise des pairs examinateurs suivants : Omoyemi Akerele, Francisco d'Almeida, Nelly Wandji. Nous remercions aussi les autres membres du personnel et consultants de l'UNESCO (Anne Lemaistre, Francisco Gómez Durán, Daniel Mebarek, Caroline Munier, Julie Pilato, Laura Nonn, Cory Sagerstrom, Emma Gold, Melis Ozbardakci) pour leurs contributions et leur soutien.

Enfin, nous remercions tout particulièrement Corinne Hayworth, à qui nous devons la conception et la mise en page de la présente publication.



unesco

Le secteur de la **MODE**
en **AFRIQUE**

Tendances, défis et
opportunités de croissance

Préface

La mode en Afrique est aujourd’hui une industrie en plein essor. Des Semaines de la mode mettent le marché et la création en effervescence dans pas moins de 32 pays du continent, de Casablanca à Nairobi, en passant par Lagos ou Dakar.

L’expansion du commerce électronique, auquel ont eu recours 28 % d’Africains en 2021, contre 13 % en 2017, a élargi les clientèles locales. Elle a concomitamment accru les opportunités de développement international pour les marques africaines, dont les exportations annuelles de textiles, de vêtements et de chaussures se chiffrent à 15,5 milliards de dollars des États-Unis hors du continent.

La mode est aujourd’hui pour l’Afrique un puissant levier de créativité et de développement économique, d’innovation, pourvoyeur d’emplois, en particulier pour les femmes et les jeunes.

Afin de saisir les dynamiques à l’œuvre, l’UNESCO a dressé le premier état des lieux de l’industrie de la mode à l’échelle du continent, qui dessine également des perspectives pour son avenir.

L’étude souligne ainsi les opportunités économiques et sociales offertes par un secteur composé à 90 % de petites et moyennes entreprises et dont les profits bénéficient directement aux populations. Il éclaire également les enjeux présents et futurs de la transformation numérique du continent, que l’UNESCO accompagne. Ces nouveaux usages sont porteurs d’innovations, qui concourent au développement d’une industrie qui pourrait à elle seule apporter 25 % de gains de prospérité au continent.

Le rapport montre également en quoi le secteur pourrait être un tremplin puissant pour l’égalité des genres, alors que seulement 17 % des 3,5 millions d’agriculteurs vendant du coton sont des agricultrices. Les marges de progrès sont considérables en la matière, à l’heure où l’Afrique a les moyens de devenir un acteur majeur de la production mondiale de coton durable et biologique.

Les défis auxquels l’industrie africaine de la mode fait face demeurent cependant nombreux : insuffisance des investissements et des infrastructures, inachèvement des législations autour de la propriété intellectuelle, ou encore coût élevé d’approvisionnement des tissus. Il s’agit aussi, en Afrique comme ailleurs, de considérer les enjeux environnementaux du secteur, l’un des plus polluants au monde.

Pour bâtir un écosystème de la mode solide et vertueux, les gouvernements et les décideurs politiques doivent pouvoir s’appuyer sur des données fiables, ainsi que sur les contributions des experts du secteur et de la société civile. Notre rapport fournit des éléments utiles en ce sens.

Surtout, la publication insiste sur la nécessité de développer des politiques publiques et des pratiques qui protègent et accompagnent les créateurs, qui soutiennent le développement d’une mode à la fois plus durable et plus équitable, respectant les savoir-faire locaux.

Car le secteur, pour demeurer un creuset d’innovation et de créativité, doit aussi se faire le reflet de la diversité culturelle du continent – et notamment de ses riches traditions textiles, dont certaines figurent sur les Listes du patrimoine culturel immatériel de l’UNESCO.

C’est à ces conditions que l’industrie de la mode africaine contribuera aux objectifs de développement durable de la communauté internationale, dont ceux de l’Agenda 2063 de l’Union africaine.

Pour engager cette démarche et mettre en œuvre les recommandations du rapport, nos États membres et l’ensemble de nos partenaires peuvent compter sur le soutien de l’UNESCO. Ils peuvent aussi compter sur le bouillonnement de la créativité africaine et le dynamisme d’un secteur qui, à travers ces pages, atteste son immense potentiel.

Audrey Azoulay

Directrice générale de l’UNESCO

Table des matières

Préface	4
Introduction	6
Définition des termes et concepts	7
Méthodologie et sources	7
Aperçu de l'écosystème de la mode en Afrique	8
Chapitre 1 Aperçu des principales tendances qui façonnent le secteur de la mode africaine	10
Contexte et histoire	12
Des écosystèmes créatifs dynamiques et diversifiés	13
Des ventes numériques en plein essor et un commerce intra-africain en expansion	24
Un soutien accru des gouvernements et des acteurs non gouvernementaux	26
Chapitre 2 Défis transversaux entravant la croissance du secteur de la mode en Afrique	32
Une mosaïque de politiques et mesures à travers le continent	34
La propriété intellectuelle dans les chaînes de valeur des secteurs du textile et de la mode	36
Des possibilités de formation et d'éducation insuffisantes	37
Le manque d'investissements structurés et d'infrastructures	39
Défis spécifiques du marché et préoccupations environnementales	41
Chapitre 3 Opportunités stratégiques de croissance	44
Recommandations globales pour le secteur de la mode	46
Leviers de croissance spécifiques au secteur	51
Annexe: Panoramas régionaux	62
Afrique australie	64
Afrique centrale	66
Afrique de l'Est	68
Afrique de l'Ouest	70
Afrique du Nord	72
Bibliographie	75

Introduction

Les industries culturelles et créatives (ICC), auxquelles appartiennent les secteurs de la mode et du design, sont d'importants leviers pour le développement durable et des outils essentiels pour réaliser les aspirations des objectifs de développement durable des Nations Unies d'ici à 2030. Elles stimulent la croissance économique, créent des opportunités d'emplois décents et jouent un rôle clé dans le bien-être des sociétés et des individus. Des recherches récentes de l'UNESCO ont montré que les ICC représentent **3,1 % du produit intérieur brut (PIB) mondial et 6,2 % du total des emplois**. Pourtant, bien que les exportations de biens et de services culturels aient doublé en valeur par rapport à 2005 pour atteindre 389,1 milliards de dollars des États-Unis en 2019, la participation des pays en développement aux échanges mondiaux de biens culturels a stagné, et ne représente que 5 % du total des exportations¹.

En réponse à ce déséquilibre, et dans le cadre de sa priorité globale Afrique et de son engagement en faveur de la diversité des expressions culturelles, l'UNESCO a lancé une série d'initiatives pour accompagner les États africains dans le développement inclusif et durable de leurs industries culturelles et créatives. Le principal objectif de ces initiatives est de sensibiliser sur la valeur socioéconomique du secteur culturel et créatif, de générer des données pour soutenir les efforts de plaidoyer, d'inspirer le changement en partageant des exemples d'initiatives et de politiques innovantes, et de susciter de nouveaux partenariats en faveur d'une économie culturelle et créative africaine forte et résiliente.

Dans ce contexte, le secteur de la mode – un écosystème complexe englobant les secteurs du textile, de l'habillement, de la haute couture, des accessoires et des métiers d'art – constitue une priorité

stratégique : en 2019, l'Union africaine estimait que, s'il était pleinement développé, depuis la production des matières premières jusqu'au textile et à l'habillement, le secteur de la mode apporterait au continent africain un **gain de prospérité considérable**². Alors que dans les pays en développement, le secteur du textile et de l'habillement est le deuxième secteur le plus important après l'agriculture³, son potentiel reste largement sous exploité en Afrique. Il est pourtant indéniable : rien qu'en Afrique subsaharienne, la valeur du marché de l'habillement et de la chaussure était estimée à **31 milliards de dollars des États Unis en 2020**, un chiffre qui devrait continuer à augmenter chaque année⁴. Ce montant inclut la vente au détail d'une quantité importante d'articles de mode importés sur le continent, qui pourraient être remplacés par une production locale afin d'accroître le potentiel du secteur à générer des emplois et des revenus durables.

Le secteur de la mode a connu une évolution rapide en Afrique au cours des dernières années grâce à une demande croissante de la part d'une classe moyenne urbaine en pleine expansion sur le continent ainsi que de la part d'acheteurs internationaux, qui apprécient tous deux l'originalité et la qualité du design et de la confection des créations africaines. De plus, l'augmentation récente de la pénétration du commerce électronique en Afrique, qui est passé de 13 % en 2017 à 28 % en 2021, a accéléré le développement du secteur de la mode, facilitant l'accès des marques à une base beaucoup plus large de consommateurs locaux et de marchés internationaux⁵.

Outre sa valeur économique, le secteur de la mode possède également une forte valeur culturelle, tant du point de vue des savoir-faire traditionnels que de la créativité contemporaine.

Du tissage à la main traditionnel égyptien (Sa'eed), inscrit sur la **Liste du patrimoine culturel immatériel nécessitant une sauvegarde urgente de l'UNESCO**, aux créations exceptionnelles qui défilent chaque année sur les podiums de la Semaine de la mode de Lagos (Nigéria), de la Semaine de la mode SA (Afrique du Sud) et de la Semaine de la mode Swahili (République-Unie de Tanzanie), la mode africaine est un puissant vecteur d'expression, d'identification et de transmission du patrimoine, ainsi qu'un véhicule projetant une image confiante de l'avenir du continent.

S'il était soutenu par des cadres réglementaires et des politiques favorables, ce secteur débordant d'opportunités pourrait créer des millions d'emplois à travers le continent, en particulier pour les femmes et les jeunes. Il pourrait également jouer un rôle clé dans le renforcement de la représentation des identités africaines à travers l'habillement, ainsi que dans la redéfinition de la manière dont l'Afrique est perçue au niveau international, en positionnant le continent en tant que leader dans le domaine de l'innovation et du design durable. De plus, la mode pourrait contribuer à la réalisation des **17 objectifs du Programme de développement durable à l'horizon 2030 des Nations Unies**, en particulier l'Objectif 5 sur l'égalité entre les sexes, l'Objectif 8 sur le travail décent et la croissance économique, l'Objectif 10 sur la réduction des inégalités et l'Objectif 12 sur la consommation et la production responsables.



Le présent rapport constitue une première étape dans l'évaluation des principales tendances qui façonnent le secteur de la mode sur le continent, ainsi que des défis et des opportunités auxquels il fait face. Bien qu'il aborde l'écosystème de la mode en Afrique dans son ensemble, le rapport souligne la diversité des peuples, des contextes locaux et des industries nationales à travers le continent. Il reconnaît également que les principaux sous-secteurs de la mode – textile, habillement, haute couture, accessoires et métiers d'art – possèdent chacun leurs défis propres et leurs spécificités, qui ne pourront être pleinement abordés dans le cadre du présent rapport. Il n'en reste pas moins essentiel de considérer le secteur dans sa globalité pour pouvoir prendre des décisions éclairées qui soutiendront sa croissance durable.

Dans ce contexte, le **chapitre 1** met en lumière les tendances actuelles qui façonnent le secteur de la mode en Afrique et dynamisent son énorme potentiel, notamment un marché en pleine expansion et un écosystème créatif en effervescence. Le **chapitre 2** examine les principaux défis qui entravent le développement du secteur, des lacunes politiques au manque d'opportunités d'éducation et de formation formelles. Sur la base de cette analyse, le **chapitre 3** formule des recommandations concrètes visant à saisir les opportunités offertes par le développement du secteur de la mode en Afrique. Enfin, l'**annexe** fournit cinq portraits régionaux du secteur de la mode avec des données, événements et tendances clés.

DÉFINITION DES TERMES ET CONCEPTS

Les vêtements, les textiles et les accessoires sont des « **biens culturels** » au sens de la Convention de 2005 de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : ils ont une double nature, et possèdent à la fois une valeur économique en tant que marchandises, et une valeur culturelle en tant que

vecteurs d'identité, de valeurs et de sens. Si le secteur de la mode est une source d'emploi, de croissance économique et d'activité commerciale, les vêtements et les accessoires qu'il produits sont également des expressions visuelles d'identités, de statut social, d'aspirations et de valeurs qui sont intimement liés à la tradition, à l'artisanat et à la définition de soi. Dans le cadre du présent rapport, le terme « **textile** » désigne tout tissu pouvant être transformé en vêtement ou en accessoire par un processus de conception et de fabrication. Le terme « **mode** » fait généralement référence à l'écosystème de la création et du stylisme qui transforme les textiles et autres matériaux en articles portables possédant une valeur à la fois culturelle et économique. Compte tenu du poids que revêtent les textiles en tant que vecteur d'identité, en particulier en Afrique, la production textile a été considérée dans le cadre de ce rapport comme une partie intégrante du secteur de la mode. Le secteur de l'« **habillement** » renvoie au segment de la mode destiné au marché de masse, sous la forme de vêtements prêt-à-porter produits selon des tailles standardisées, ou, comme c'est le cas dans de nombreux pays africains, de vêtements fabriqués sur mesure à faible coût. Le terme « **haute couture** » fait référence à des vêtements haut de gamme exclusifs et sur mesure, fabriqués par des créateurs ou des maisons de couture de renom. Le terme « **accessoires et métiers d'art** » englobe la production d'accessoires de haute qualité destinés au secteur de la mode, notamment la joaillerie, la maroquinerie et la chapellerie, ainsi que les processus associés, comme la broderie, le perlage ou la fabrication de boutons. Le concept de « **chaîne de valeur de la mode** » fait référence à la série d'étapes nécessaires à la production des vêtements et des accessoires du secteur de la mode. La chaîne de valeur de la mode moderne est complexe : elle transcende les frontières nationales et englobe diverses activités qui vont de l'agriculture (culture de matières premières) au commerce international et de détail, jusqu'aux étapes post-consommation de la réutilisation et du recyclage.

MÉTHODOLOGIE ET SOURCES

Ce rapport s'appuie sur une analyse documentaire des études, des articles et de la littérature académique disponibles sur le secteur de la mode en Afrique, ainsi que sur des données primaires recueillies directement auprès des décideurs politiques et des parties prenantes de cette industrie.

Il est important de souligner que les données sur le secteur de la mode en Afrique sont généralement fragmentées et parfois insuffisantes. Lorsque des données statistiques sont disponibles, elles ont tendance à se concentrer sur l'industrie du textile et de l'habillement plutôt que sur la haute couture ou le design. En outre, elles n'éclairent pas tous les aspects des tendances et des comportements des consommateurs du secteur.

Face à ce manque de données fiables, l'UNESCO a organisé un atelier de haut niveau avec des experts du secteur de la mode en Afrique en novembre 2022. Elle a également lancé une enquête auprès de ses 54 États membres en Afrique en février 2023 qui a permis de recueillir les réponses de 20 décideurs politiques et 99 professionnels du secteur de la mode (créateurs de vêtements et d'accessoires, producteurs de textile et d'habillement, promoteurs de la mode) issus de 48 pays africains. Les réponses à l'enquête, souvent incomplètes, ont été renforcées par une analyse des bases de données statistiques nationales et internationales, qui ont été utilisées pour agréger des données quantitatives afin d'évaluer la taille et le potentiel du secteur. Pour compléter cette analyse, l'enquête menée auprès des professionnels de l'industrie comprenait des questions qualitatives sur leur perception de l'équilibre entre les genres dans le secteur, les types de textiles locaux couramment utilisés et la manière dont les consommateurs africains s'approvisionnent en vêtements. Les réponses à ces questions ont permis de générer certaines nouvelles données basées sur les perceptions éclairées de personnes qui connaissent intimement le secteur de la mode.

APERÇU DE L'ÉCOSYSTÈME DE LA MODE EN AFRIQUE

L'écosystème de la mode contemporaine est complexe et englobe plusieurs sphères d'activité interdépendantes. Dans le cadre de l'élaboration de stratégies pour le secteur de la mode d'un pays, il est donc utile de considérer l'ensemble des liens en amont et en aval qui lient les différentes parties de cet écosystème aux multiples dimensions. En particulier, la production textile, l'habillement, la haute couture et les métiers d'art entretiennent entre eux des liens étroits, créant un fort potentiel pour la mise en œuvre de synergies efficaces.

- Le processus de confection des **textiles** exige beaucoup de main d'œuvre et présente donc un grand potentiel en matière de création d'emplois. Puisqu'il nécessite aussi de lourds investissements en équipements et un approvisionnement en électricité fiable et bon marché, il se développe donc rarement de manière spontanée sans investissements publics et privés bien coordonnés. L'accès à des textiles abordables, de bonne qualité et en quantités suffisantes est un facteur essentiel pour les secteurs de l'habillement et de la haute couture, l'aspect qualitatif étant particulièrement crucial pour ce dernier. Les articles de mercerie (fermetures à glissière, boutons, crochets, rubans, etc.) constituent une autre exigence importante et, pour le secteur de la haute couture, ils doivent être d'une qualité exceptionnelle.
- Le secteur de **l'habillement** dans l'écosystème de la mode comprend la confection sur mesure, les petits ateliers et la production de masse en usine. La fabrication industrielle de vêtements nécessite un approvisionnement fiable en électricité, mais ses besoins en équipement sont moindres que ceux de la fabrication des textiles, du moins pour des articles simples. Quelle que soit sa forme, la production d'habillement génère un nombre

important d'emplois. Toutefois, c'est la fabrication en usine qui est la plus efficace, et donc la plus à même de produire des vêtements à des prix abordables. Ce caractère abordable est un critère clé pour le secteur de l'habillement dans un contexte de concurrence mondiale, et la capacité de bénéficier d'économies d'échelle est donc vitale.

- Le secteur de la **haute couture**, pour sa part, se caractérise par sa créativité et son exclusivité, produisant des vêtements de haute qualité et généralement à prix élevés. La créativité florissante de ce secteur est souvent à l'origine de tendances et d'innovations dans le reste de l'écosystème de la mode. La production d'articles de haute couture peut prospérer dans des ateliers de petite taille, mais peut aussi bénéficier des compétences de fabrication, des infrastructures et de la logistique de distribution mises en place par le secteur de l'habillement, car celles-ci permettent à la haute couture d'atteindre une qualité plus fiable ainsi qu'une plus grande efficacité.
- Le secteur **des accessoires et des métiers d'art** comprend la bijouterie, la maroquinerie et la chapellerie, ainsi que les procédés connexes, comme la broderie, le perlage et la boutonnerie. Il peut se développer de manière indépendante, mais est stimulé par une intégration dans l'écosystème plus large de la mode. Lorsque les marques ont des identités fortes, les chaussures et autres accessoires en cuir sont souvent intégrés aux collections des grandes maisons de couture. Les métiers d'art, tels que la broderie ou le perlage, trouvent des débouchés pour leurs produits dans le secteur de l'habillement et de la haute couture. Beaucoup d'accessoires reposent sur des savoir-faire patrimoniaux, mais tirent avantage des compétences du design créatif pour rester adaptés aux goûts et aux modes de vie contemporains.



Pour moi, créer, c'est incarner l'avenir. On crée des tendances, on ouvre la voie, que l'on soit créateur de mode, concepteur de produits, architecte ou autre, on ouvre la voie vers l'avenir. En tant que créatrice, je trouve donc important de ne pas l'oublier, d'être un exemple pour les autres et de prendre plaisir à ce qu'on fait.

Louise Sommerlatte
Fondatrice et créatrice de Hamaji

- Les **intermédiaires**, tels que les professionnels du marketing, de la finance, de la chaîne d'approvisionnement, de la fintech et de la logistique, sont indispensables au bon fonctionnement de la production et de la distribution de l'habillement, de la haute couture et des accessoires. Les professionnels auxiliaires, tels que les photographes de mode, les journalistes spécialisés et les mannequins, sont d'autres acteurs essentiels, en particulier à l'ère du commerce numérique.

NOTES

1. Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). *Représenter les politiques en faveur de la créativité : la culture, un bien public mondial*, 2022.

2. Union africaine. « Transforming African Fashion to Transform Africa: The African Union and the AfroChampions Initiative Place African Fashion Value Chain on Top of Policy Agenda ». *Union africaine*, 9 février 2019, <https://au.int/en/presse-releases/20190209/transforming-african-fashion-transform-africa-african-union-and-africampions>. Communiqué de presse.

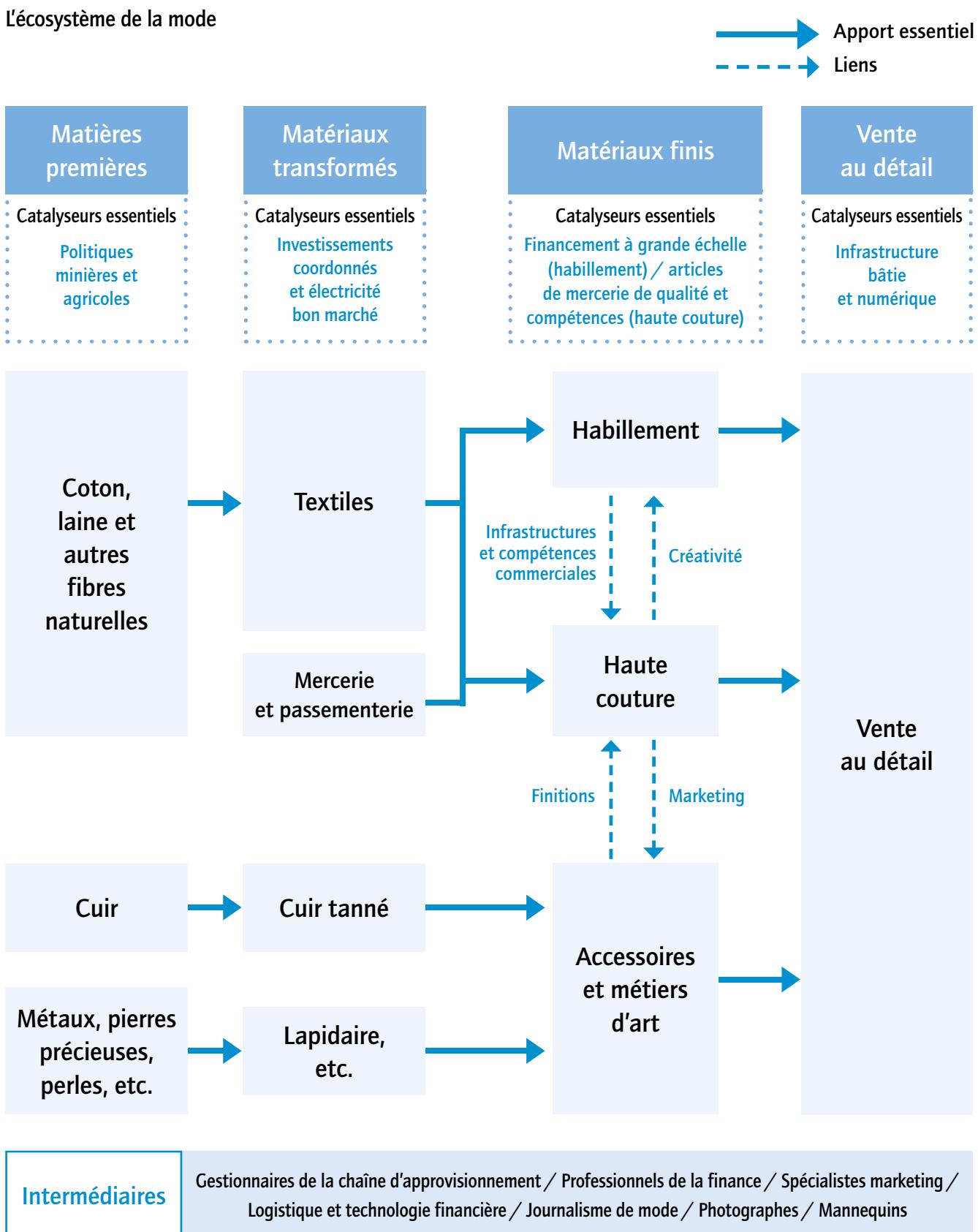
3. « Investir dans les industries créatives : Fashionomics, Résumé », *Groupe de la Banque africaine de développement*, 2018. www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/Fashionomics_creative_industries_executive_summary_brochure_FR.pdf.

4. Euromonitor International.

5. « African ECommerce User Growth Beats Asia ». *eCommerceDB*, 7 février 2022, <https://ecommercebd.com/insights/african-e-commerce-user-growth-beats-asia/3488>.

Figure 1

L'écosystème de la mode







1

Aperçu des principales tendances qui façonnent le secteur de la mode en Afrique

CONTEXTE ET HISTOIRE

Depuis la période postindépendance, la mode en Afrique est caractérisée par une interaction entre la réaffirmation d'un patrimoine et d'une esthétique distincte, et l'intégration aux marchés mondiaux, qu'elle s'opère par convergence ou divergence. Inspirés par la réussite industrielle de pays asiatiques comme le Japon ou la République de Corée, dans laquelle le textile a joué un rôle majeur, de nombreux pays africains se sont lancés à partir des années 1960 dans l'**industrialisation du textile**.

À la fin des années 1970, les grandes économies africaines, comme la Côte d'Ivoire, le Kenya, le Nigéria ou la République démocratique du Congo, disposaient de vastes secteurs textiles industriels produisant des tissus de qualité appréciés par les consommateurs africains. Presque toutes les économies africaines de taille plus modeste ont également connu une brève période de production textile industrielle : notamment, le Burkina Faso, le Mozambique, le Tchad et la Zambie ont tous eu au moins une usine textile au cours de cette période. Dans les pays d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique centrale, la production de tissus imprimés à la cire perdue (communément appelés « *textiles wax* »), répondant aux goûts locaux, constituait souvent la principale activité de ces usines, avec les cotonns et des tissus mélangés standards. Dans certains pays, comme l'Afrique du Sud, le Kenya et le Maroc, une importante **production industrielle de vêtements** est venue s'ajouter à l'industrialisation du textile, tandis que dans d'autres pays, le secteur de l'**habillement traditionnel sur mesure** a continué de prévaloir. Historiquement, les secteurs industriels du textile et de l'habillement ont généré beaucoup d'emplois : au Kenya, il s'agissait de la première activité manufacturière en matière de taille et d'emploi dans les années 1970¹ ; au Nigéria, on recensait 175 usines textiles en 1984 et ce secteur représentait 22 % de l'emploi². Les efforts déployés après l'indépendance pour renforcer la production textile industrielle ont toutefois largement négligé les formes traditionnelles de production textile

artisanale qui existaient dans l'Afrique précoloniale^{3,4}. Néanmoins, grâce à la vitalité du patrimoine esthétique local et à la détermination des individus à sauvegarder les traditions, la production textile artisanale n'a jamais été abandonnée.

Les programmes d'ajustement structurel (PAS) des années 1980 ont entraîné la fin, pour une bonne part, de la première vague d'industrialisation du textile sur le continent, à l'exception de certains États d'Afrique du Nord et d'Afrique austral. La libéralisation commerciale prévue par les programmes d'ajustement structurel, mis en œuvre dans les années 1980 et 1990, a également vu le début de l'**importation massive de vêtements de seconde main** sur les marchés africains et, plus tard, de **vêtements de prêt-à-porter provenant de marques étrangères**⁵.

Dans le secteur de la haute couture, une première génération de créateurs de renommée internationale a émergé à partir des années 1970. Formés pour la plupart en Europe, ces créateurs s'inspiraient des tissus, des styles et des savoir-faire africains comme un moyen d'exprimer une nouvelle identité politique et socioéconomique affirmant la souveraineté de leur pays⁶. Ces pionniers, parmi lesquels **Chris Seydou** (Mali), **Kofi Ansah** (Ghana), **Shade Thomas-Fahm** (Nigéria), **Alphadi** (Niger), **Oumou Sy** (Sénégal) et **Pathé'O** (Burkina Faso/Côte d'Ivoire), ont marqué de manière significative la scène mondiale en raison du moment choisi pour leur entreprise et des idéaux puissants qui sous-tendaient leurs créations, à savoir la projection d'une identité africaine fière et indépendante. En tant qu'**entrepreneurs institutionnels**⁷, leur audace, leur créativité et leur volonté de bousculer les normes ont largement contribué à jeter les bases de la mode africaine contemporaine.

La fin des années 1980 et le début des années 1990 ont vu l'émergence de plusieurs créatrices talentueuses, comme **Deola Sagoe** (Nigéria) et **Sally Karago** (Kenya). Deola Sagoe a fondé la Maison Deola en 1989, où elle produit une haute couture féminine d'avant-garde ; elle a été la première femme africaine à présenter ses créations à AltaRoma,

la célèbre semaine de la mode de Rome, en 2004⁸. Sally Karago, l'une des premières créatrices kenyanes reconnues au niveau international, a ouvert la voie à l'intégration de la culture du peuple maasaï, en particulier le tissu à carreaux *shuka*, et le *kikoy* d'Afrique de l'Est, dans ses collections⁹.

Au milieu des années 1990, un certain nombre de pays africains ont bénéficié d'une stabilité politique renforcée et d'un redressement économique qui ont amené un gain en prospérité¹⁰. Cette période a été déterminante pour le paysage social et culturel de l'Afrique. En 1996, lorsque le Président sud-africain Thabo Mbeki a prononcé son discours sur la renaissance africaine, il s'agissait non seulement d'un appel à une redéfinition politique et économique, mais également à la construction d'une identité culturelle commune en tant qu'Africains. Dix ans plus tard, en 2006, cet appel résonnait encore avec force, et conduisait les États membres de l'Union africaine à adopter une Charte de la renaissance culturelle africaine. Bien que celle-ci ne mentionne pas explicitement le secteur de la mode, elle représente une réaffirmation d'un code de valeurs, qui se manifeste, notamment, par un mouvement croissant de consommateurs africains désireux d'acheter des vêtements produits localement.

Dans ce contexte, de nombreux producteurs de mode en Afrique se sont positionnés délibérément comme des agents du changement socioculturel dont l'objectif est de contribuer à renouveler l'image de leurs pays et du continent, tout en favorisant la croissance économique et en créant des opportunités d'emploi¹¹. On a vu surgir une nouvelle vague de créateurs de vêtements afrocentriques destinés au marché de masse, accompagnée d'un regain d'intérêt pour les textiles et les modèles traditionnels. Le secteur des accessoires et des métiers d'art se sont émancipés d'une vision axée sur le tourisme pour prendre une place importante dans la construction de marques locales, et une nouvelle génération de créateurs de haute couture ont pris une place sans cesse grandissante sur la scène mondiale de la mode.

Lorsqu'on leur a demandé de caractériser l'état actuel du secteur de la mode en Afrique, de nombreux spécialistes de l'industrie interrogés dans le cadre du présent rapport ont employé des expressions telles que « en pleine croissance », « florissant » ou « très prometteur ».

Actuellement, le secteur de la mode en Afrique constitue une véritable pépinière de talents remarquables, débordant de potentiel, où des créateurs et des stylistes établis ou émergents conjuguent savoir-faire traditionnel, innovation et créativité pour créer des produits allant de la haute couture la plus raffinée à la production en série de vêtements et d'accessoires abordables. Grâce

à un patrimoine exceptionnel, à des compétences techniques inégalées et à un esprit créatif original, les créateurs de mode contemporains en Afrique bâissent des ponts entre le passé et le présent, puisant dans leurs racines culturelles pour créer des vêtements et des accessoires qui contribuent à façonner des récits visuels uniques et sans cesse renouvelés sur l'identité et les aspirations du continent.

Dans de nombreux pays africains, la mode contemporaine continue, à une époque où les cultures visuelles sont de plus en plus mondialisées, à mobiliser une esthétique locale forte, souvent liée à des textiles et, dans certains cas, à des types de vêtements spécifiques. Les

textiles issus de traditions historiques ou de processus plus récents d'hybridation culturelle – *aso-oké, bogolan, toghu, kuba, odelala, lambahoany, kanga* et laine berbère, aux côtés des imprimés africains, du bazin et de la dentelle africaine – sont utilisés pour créer des modèles standard à l'échelle mondiale, ainsi qu'une myriade de styles vestimentaires propres à diverses régions du continent, tels que l'*agbada*, le *boubou*, le *caftan*, la *gandoura*, la *djellaba*, le *hager bahel*, le *gomesi* et l'*umwiteru*. Les préférences locales et régionales cohabitent avec une esthétique mondialisée, donnant lieu à des combinaisons qui définissent souvent la touche unique et distinctive des créateurs africains. Plus important encore, un appétit croissant pour les textiles et les styles spécifiquement africains génère une demande importante et soutenue pour la mode fabriquée en Afrique. Cette tendance se manifeste dans la prédominance qui continue d'être accordée à l'habillement sur mesure dans de nombreux pays africains, malgré la disponibilité immédiate de vêtements d'occasion bon marché et de vêtements à bas prix importés de l'extérieur du continent. Elle est également illustrée par la créativité de nombreux grands couturiers africains et la trentaine de semaines de la mode organisées chaque année à travers l'Afrique.

DES ÉCOSYSTÈMES CRÉATIFS DYNAMIQUES ET DIVERSIFIÉS

L'écosystème de la mode en Afrique est complexe et multidimensionnel, mais se compose principalement de **créateurs, de stylistes, de tailleurs ou couturières et d'artisans** évoluant les uns à côté des autres, et répondant aux besoins (et aux budgets) de différents publics par la création de vêtements et d'accessoires pour la haute couture, le prêt-à-porter ou la production de masse. La plupart des entreprises de mode en Afrique sont des **micros, petites et moyennes entreprises (MPME)**, qui tendent à desservir un marché hyperlocal avec des vêtements et des accessoires prêts à porter et fabriqués sur commande¹².



“

Il faut donner une chance aux textiles africains. Il faut qu'ils soient produits sur le continent. Je suis favorable à une limitation de nos importations textiles. Personnellement, je peine à acheter de grandes quantités de textiles en provenance d'Afrique. Je refuse d'importer, et cela a un impact direct sur mes capacités de production et mes coûts. Ce n'est pas normal. L'Afrique devrait pouvoir produire des textiles de manière industrielle. Il est difficile de réaliser des collections de prêt-à-porter dans ces conditions. En raison des coûts de production, nos créations restent réservées à une minorité.

Alphadi

Styliste et Ambassadeur de bonne volonté de l'UNESCO pour la création et l'innovation africaines

Un petit nombre de marques de haute couture, essentiellement concentrées en Afrique du Sud, en Côte d'Ivoire, au Ghana, au Kenya, au Nigéria, au Rwanda et au Sénégal, fournissent des produits de luxe à un groupe restreint de clients domestiques et internationaux au pouvoir d'achat élevé. Enfin, un secteur industriel de l'habillement en constante expansion tend à produire des vêtements pour les marques internationales de la mode éphémère (« fast fashion »), agissant en tant que prestataire de services¹³.

Les vêtements et accessoires produits sur le continent sont d'une diversité remarquable, s'inspirant de différentes cultures, traditions et préférences esthétiques. Les créateurs de mode africains ont toutefois une chose en commun : ils agissent en tant qu'agents de changement, stimulent l'innovation et galvanisent la société autour de récits visuels partagés¹⁴. En tant qu'entrepreneurs créatifs, ils peuvent générer des possibilités d'emploi équitable, soutenir des sources de revenu durables pour les communautés agricoles en choisissant d'utiliser des matériaux d'origine locale issues de méthodes agricoles durables, réduire les déchets en recyclant les tissus de seconde main, et assurer la transmission des compétences et des connaissances traditionnelles en employant des tisserands et des tailleurs locaux.

Cet écosystème créatif dynamique et diversifié peut être divisé en quatre grands sous-secteurs qui sont tous interdépendants et liés : les textiles, l'habillement, la haute couture, ainsi que les métiers d'art et les accessoires. Le dynamisme de la chaîne de valeur de la mode en Afrique repose sur l'interaction de ces sous-secteurs, qui présentent chacun leurs propres caractéristiques, défis et opportunités.

TEXTILES

L'écosystème dynamique de la mode en Afrique est en partie alimenté par la riche mosaïque de fibres naturelles et de textiles traditionnels du continent, qui représente une stratégie clé pour libérer tout l'impact potentiel du secteur de la mode sur le développement du continent.



© Manuel Michael

D'une part, le fait que de nombreux pays africains cultivent des fibres naturelles représente une opportunité unique d'utiliser le secteur de la mode comme vecteur d'un développement industriel utilisant les matières premières locales, avec des bénéfices non seulement pour les parties prenantes du secteur de la mode, mais aussi pour les communautés agricoles. D'autre part, la visibilité croissante des textiles africains, grâce à leur utilisation par des créateurs de renom, permet d'ouvrir de nouveaux marchés et de susciter de nouvelles évolutions, qui pourront offrir des opportunités majeures aux artisans locaux.

Le coton est la principale fibre naturelle sur le continent africain : **37 des 54 pays africains produisent du coton**, les plus grands producteurs du continent étant concentrés en Afrique de l'Ouest¹⁵. Au Bénin, pays qui a été pendant de nombreuses années le premier producteur de coton d'Afrique, celui-ci représente entre 12 % et 13 % du PIB¹⁶. Le coton est l'une des principales cultures de rapport pour de nombreux pays les moins avancés (PMA) d'Afrique, procurant des revenus à plus de **3,5 millions d'agriculteurs, dont 17 % sont des femmes**¹⁷. L'Afrique a en outre le potentiel pour devenir cheffe de file dans la culture durable du coton : la production de fibres de coton biologique en Afrique subsaharienne a augmenté de plus de 90 % entre 2019 et 2020, et représentait **7,3 % de la production mondiale de coton biologique**¹⁸.

Outre la fibre de coton, les pays d'Afrique du Nord et d'Afrique australe produisent également des quantités importantes de laine, tandis que la soie est produite en Afrique du Sud, en Éthiopie, à Madagascar et en Namibie. On trouve également plusieurs autres fibres principalement utilisées dans la production artisanale, comme le raphia (Cameroun, Congo, Côte d'Ivoire, Libéria, Madagascar, Nigéria, République démocratique du Congo) et l'écorce d'arbre (Côte d'Ivoire, Ghana, Ouganda). Le continent produit également une grande variété de fibres moins connues, telles que le jute, le kénaf, la fibre de coco, le lin, le sisal, la ramie, le kapok et l'abaca, qui sont très en vogue auprès des créateurs émergents de mode à la recherche de matériaux durables et locaux.

La grande variété de fibres naturelles de haute qualité produites sur le continent est un avantage stratégique qui peut contribuer à alimenter un secteur de la mode florissant. Cependant, en 2022, alors que la production africaine de coton représentait 7,5 % de la production mondiale, **les pays subsahariens ont exporté plus de 81 % de leur production de coton brut**, au lieu de le transformer et de l'utiliser localement¹⁹. En exportant la plupart de ses fibres brutes, le continent subit une perte importante et constante de la valeur économique potentielle de ces cultures et limite la croissance de la chaîne de valeur du textile et de la mode en Afrique. Il existe des exceptions notables à cette tendance : l'Égypte, onzième exportateur mondial de coton brut en 2022²⁰, transforme également sur son territoire une quantité importante de fibres pour répondre à la demande nationale et alimenter son industrie textile florissante. La fibre et le tissu de coton égyptien sont réputés pour leur qualité, et la **Cotton Egypt Association** a mis au point une appellation « coton égyptien » pour distinguer ses produits sur le marché, en garantissant leur traçabilité grâce à des tests ADN. De même, l'Éthiopie s'efforce de lier sa production de fibres à sa production textile dans le cadre d'un récent effort de développement de son secteur de l'habillement. En 2020, le pays a produit 57 000 tonnes métriques de fibre de coton, satisfaisant une part importante de la demande des filatures nationales, estimée à 64 000 tonnes métriques²¹.

Le marché du textile africain est alimenté en partie par une forte demande de textiles dont l'esthétique est propre à des cultures spécifiques. De nombreux pays du continent disposent d'un riche répertoire de tissus artisanaux utilisant des techniques uniques basées sur des pratiques vivantes du patrimoine culturel immatériel, telles que le tissage par bandes ou la broderie de raphia à poils ras. Les professionnels du secteur et les décideurs politiques interrogés dans le cadre du présent rapport ont cité plus de 60 textiles différents qu'ils considèrent comme ayant une importance locale, nationale ou régionale significative. Cette liste n'est que la partie émergée de l'iceberg, et reflète l'immense éventail de techniques et de traditions issues de

générations d'artisans talentueux, qui sont aujourd'hui réinterprétées par des créateurs contemporains.

On distingue trois grandes catégories de textiles :

■ **Les textiles tissés manuellement ou semi-mécaniquement.**

Ces textiles traditionnels jouent encore un rôle important, notamment dans la mode des pays d'Afrique de l'Ouest : l'aso-oké du Nigéria, le kenté du Ghana, le tissu bogolan du Mali, le faso dan fani du Burkina Faso, ou encore le tissu manjak du Sénégal, continuent d'être portés par attachement à l'identité et au lieu qu'ils représentent, et sont également de plus en plus réinterprétés dans des versions contemporaines. En Éthiopie et en Érythrée, une grande part de la mode féminine est basée sur le hager bahel tissé à la main, et l'on assiste à la création d'une large sélection de châles et d'écharpes contemporaines à partir des savoir-faire traditionnels. Dans de nombreux pays d'Afrique centrale, ainsi qu'en Côte d'Ivoire et à Madagascar, différents styles de tissus en raphia, comme le kuba, sont couramment utilisés pour la fabrication d'accessoires et de textiles d'intérieur. En raison de la précision et du travail complexe qu'exige la production de ces textiles, et de la nécessité d'utiliser des matériaux de haute qualité, leur production ne peut pas être facilement développée ou industrialisée sans en compromettre l'authenticité. Toutefois, la reconnaissance de leur valeur culturelle unique peut débloquer des investissements publics et privés et conduire à la mise en œuvre de mesures de sauvegarde. Le Ministère marocain de la jeunesse, de la culture et de la communication a inscrit plusieurs techniques de tissage comme patrimoine culturel immatériel national, tandis que la technique de tissage égyptienne Sa'eed a été inscrite sur la Liste du patrimoine culturel immatériel nécessitant une sauvegarde urgente de l'UNESCO en 2020, et la production de tissus d'écorce par le peuple baganda en Ouganda a été inscrite sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité en 2008.

“

Les Africains veulent porter des vêtements provenant d'Afrique. C'est vraiment beau à voir car cela n'a pas toujours été le cas. Quand nous avons lancé la Semaine de la mode de Lagos, nous avons dû créer une campagne sur le thème « Achetez nigérian » et « Achetez africain », juste pour encourager les gens à commencer à acheter des articles de mode nigérian ou africain. Et 10 ans plus tard, les gens ne veulent plus rien porter d'autre. La seule difficulté est de savoir s'ils peuvent se le permettre. Car la mode africaine a malheureusement un prix. Elle a un prix à cause des problèmes et des obstacles auxquels on se heurte quand il s'agit de produire de la mode africaine.

Omoyemi Akerele, Semaine de la mode de Lagos

Ces textiles sont particulièrement intéressants pour le secteur de la haute couture et des métiers d'art, qui accordent plus d'importance à la qualité, l'exclusivité et la durabilité qu'à la quantité.

■ **Textiles travaillés à la main sur des tissus pouvant être importés ou produits sur le continent.**

Si le processus de tissage peut être réalisé de manière industrielle, la finition de cette catégorie de textiles nécessite une intervention humaine et des compétences souvent ancrées dans la tradition et le patrimoine. Par exemple, les tissus *thioub* sénégalais ou maliens sont des pièces de bazin finement teintes, tandis que les voiles mauritaniens sont teints sur du coton pur. Le Bénin, le Cameroun, la Guinée et le Nigéria sont réputés pour leurs différents styles de teinture à l'indigo, tels que les tissus lépi, ndop ou adiré.

■ **Textiles produits industriellement.**

Le continent africain produit également une grande variété de textiles issus de traditions esthétiques distinctes, mais fabriqués industriellement, qui peuvent alimenter le secteur de l'habillement. Les kargas ou lesos illustrés de proverbes swahili ornent de nombreux vêtements d'Afrique de l'Est, tandis que le tissu shuka à carreaux rouges, associé aux communautés masasaï du Kenya et de Tanzanie, a été réinterprété par des créateurs contemporains. Le tissu seshoeshoe (ou siShweshe

et leteise) est d'usage courant dans des pays comme l'Afrique du Sud, le Botswana et le Lesotho, tandis que l'odelela est spécifiquement associé à la Namibie, le retso au Zimbabwe et le samakaka à l'Angola. Bon nombre des textiles locaux produits industriellement cités ci-dessus ont d'abord été des importations culturelles, qui, sous l'effet d'un syncrétisme culturel, ont fini par être associés au style de divers pays, communautés ou régions. Les textiles industriels les plus emblématiques d'Afrique sont les wax, les tissus imprimés à la cire perdue, communément appelés « imprimés africains », « ankara » et « kitenge » ou « chitenge ». Popularisés dès le début du vingtième siècle en Afrique de l'Ouest et en Afrique centrale, où ils avaient été introduits par des commerçants européens qui vendaient des copies de tissus batik indonésiens de Java, les wax ont acquis au vingt-et-unième siècle une popularité quasi continentale, et sont aujourd'hui un élément essentiel de nombreuses marques de mode africaines et de la diaspora. Le bazin (également appelé damas africain, brocart de Guinée ou *shedda*) est un élément essentiel des boubous et des caftans d'Afrique de l'Ouest, tandis que la dentelle africaine est souvent privilégiée pour les tenues de mariage de la même région.

Ce riche inventaire donne une idée du rôle que les différents types de textiles et de motifs produits en Afrique jouent dans le secteur de la mode sur le continent. Dans

le cadre du présent rapport, on a demandé à des professionnels de l'industrie de la mode et à des décideurs politiques d'indiquer la fréquence à laquelle ils avaient vu une personne portant un vêtement ou un accessoire fabriqué avec les différents tissus associés à leur pays ou à l'esthétique africaine au sens large. La moyenne des réponses pour toutes les régions suggère que dans une ville africaine moyenne, on peut voir tous les jours des imprimés wax, du bazin ou des tissus locaux, bien que ceux-ci n'aient pas toujours été produits sur le continent²². Les entretiens menés dans le cadre de cette recherche montrent que, malgré un grand intérêt au niveau local pour des tissus panafricains comme la dentelle africaine, le bazin ou le wax, ceux-ci sont souvent importés de l'extérieur du continent et non produits en Afrique. Cela représente un net recul par rapport au pic de la vague d'industrialisation textile de la période postindépendance, lorsque presque tous les pays d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique centrale, ainsi que de nombreux pays d'Afrique australe, possédaient des usines de production de wax, et que certains produisaient également du bazin et de la dentelle africaine. Aujourd'hui, seules quelques-unes de ces usines de première génération fonctionnent encore. La Côte d'Ivoire, par exemple, compte deux usines d'impression de wax, tout comme le Ghana. La qualité des wax produits en Afrique est généralement appréciée par les consommateurs africains, mais ils sont concurrencés en termes de prix par des wax importés moins onéreux. Certains pays montrent que la relance du secteur textile est encore possible. L'usine *Afritextile* du Burundi, qui a récemment repris une usine en faillite, produit des tissus kitenge (imprimés à la cire)²³ pour alimenter son secteur de la mode. La *Nouvelle société textile du Tchad*, qui a récemment repris ses activités, a lancé en juillet 2021 la vente de son premier textile produit avec du coton tchadien, et a appelé les tailleurs et stylistes tchadiens à utiliser ce nouvel approvisionnement²⁴.

L'opportunité unique offerte par la disponibilité de fibres locales de haute qualité, le riche éventail de textiles tissés à la main, travaillés à la main ou de fabrication industrielle produits

sur le continent, et la force de la demande pour des motifs africains, signifient que le secteur est mûr pour de nouveaux investissements et de nouvelles politiques, qui renforceront la production textile industrielle et amélioreront les capacités de production des artisans, pour que ceux-ci puissent produire en plus grandes quantités et avec une qualité plus fiable, tout en respectant les traditions et les savoir-faire existants. Une production textile dynamique, fiable et rentable sur le continent contribuera à répondre à l'une des principales préoccupations exprimées par les producteurs de vêtements et les créateurs de haute couture en Afrique - l'accès à des textiles africains abordables.

HABILLEMENT

Le secteur de l'habillement connaît actuellement une période de mutations profondes en Afrique, en partie grâce à la poussée démographique rapide : d'ici à 2030, le continent comptera **1,7 milliard d'habitants²⁵**. Selon les projections des Nations Unies, l'Afrique subsaharienne est également la région qui connaîtra la **plus forte croissance de la population en âge de travailler au cours des 20 prochaines années²⁶**. Cette population croissante constitue un avantage comparatif pour le continent, car elle permettra d'intensifier la production industrielle de vêtements, ce qui représente une opportunité de création d'emplois et de génération de revenus. En outre, l'augmentation des revenus disponibles et la croissance de la classe moyenne élargissent la clientèle de la mode africaine. Le nombre d'Africains de la classe moyenne a triplé entre 1980 et 2010, se hissant à plus de 34 % de la population du continent²⁷, et, d'ici à 2030, la **consommation des ménages devrait atteindre 2,5 billions de dollars des États-Unis²⁸**. Alors qu'au cours des dernières décennies, une combinaison de vêtements sur mesure et de vêtements importés constituait la principale source d'habillement pour la plupart des habitants du continent, les changements économiques et sociaux ont entraîné un **rééquilibrage en faveur de la production de vêtements de prêt-à-porter africains, tant pour la consommation locale que pour l'exportation**.



© Maxhosa Africa

Encadré 1 • Des créateurs africains emblématiques font la promotion des textiles et des métiers d'art locaux

De nombreux créateurs africains de haute couture ou de produits de luxe soutiennent activement les traditions textiles locales en les utilisant de manière privilégiée dans leurs créations et en suscitant d'importantes innovations dans leur production artisanale. Parmi les créateurs de mode de la première génération, le Malien **Chris Seydou**, souvent salué comme le « père de la mode africaine », a brisé les codes en transformant des textiles bogolan en mini-jupes et en vestes courtes, un métissage culturel sans précédent dans les années 1980. Pour obtenir ce look raffiné, il a travaillé avec des artisans teinturiers afin de créer des modèles en bogolan mieux adaptés aux coupes actuelles. **Alphadi** (Niger), un autre créateur pionnier, a régulièrement fait appel au kuba, un tissage en raphia finement travaillé originaire du royaume de Kuba, ainsi qu'au savoir-faire des bijoutiers touaregs. Le célèbre styliste camerounais **Imane Ayissi** est connu pour son refus d'intégrer des imprimés wax dans son travail, préférant mettre en valeur des tissus précoloniaux tels que le kenté, le manjak ou les tissus teints à la main dans ses silhouettes haute couture. La Sénégalaise **Aïssa Dione**, qui s'est surtout fait connaître comme créatrice textile, a entrepris un travail révolutionnaire qui l'a amenée à innover dans les techniques de tissage traditionnelles sénégalaises, grâce à l'adoption de métiers à tisser plus larges, ainsi qu'à des combinaisons de fibres autres que le coton. **Doreen Mashika**, de la République-Unie de Tanzanie, travaille avec de petits producteurs de kanga et des coopératives de femmes tisseuses d'herbes, utilisant ces textiles comme base de ses créations. Le Sud-Africain **Laduma Ngxokolo**, fondateur de la maison de couture iconique **Maxhosa Africa**, a quant à lui produit des collections inspirées des broderies perlées traditionnelles xhosa.

Cette tendance est renforcée par l'évolution des goûts des consommateurs ainsi que par un engouement pour les produits « made in Africa », encouragé en partie par une augmentation de la production créative africaine dans d'autres secteurs, comme le cinéma ou la musique. La demande afrocentrée est souvent panafricaine ou du moins régionale, les consommateurs s'intéressant aux textiles et aux styles vestimentaires d'autres pays et régions d'Afrique. Ainsi, les consommateurs sénégalais se tournent souvent vers leur tissu manjak tissé à la main, ainsi que vers le faso dan fani et le koko dunda du Burkina Faso. De même, les styles d'inspiration nigériane ont fait leur chemin en Afrique australe et en Afrique de l'Est, en partie grâce à la popularité des films de Nollywood, et les sandales perlées maasaï ont conquis l'Afrique de l'Ouest. Cet appétit pour la création africaine a également été nourri par une représentation accrue dans la production créative mondiale, comme la superproduction internationale « Black Panther », qui a contribué à accroître la désirabilité et l'attrait des vêtements et accessoires qui expriment une identité panafricaine.

Grâce à leur connaissance intime du marché et à leur compréhension de la demande locale, les marques africaines émergentes ont une opportunité inédite de tirer parti du zeitgeist et de remplacer la grande quantité de vêtements que l'Afrique importe actuellement par des produits fabriqués localement. Elles sont particulièrement bien placées pour contribuer à combler le déficit commercial du continent dans les domaines du textile, de la confection et de la chaussure, qui s'élève à environ 7,6 milliards de dollars des États-Unis.

Selon la Banque africaine de développement, les **micros, petites et moyennes entreprises représentent 90 % des sociétés de mode en Afrique**, ce qui témoigne de l'immense diversité des personnes, des idées et des créations qui composent le secteur émergent de la mode du continent²⁹. Parmi les marques africaines occupant un espace de plus en plus important dans le secteur de l'habillement, beaucoup prennent la décision stratégique d'investir dans des



© Rodgers Otieno / Unsplash.com

marchés de niche. Le secteur du luxe sur mesure, qui se situe à mi-chemin entre la mode de masse et la haute couture et qui produit des séries limitées de produits haut de gamme pouvant être vendus avec des marges plus élevées, est le segment cible de nombreuses petites marques africaines qui n'ont pas encore la capacité de rivaliser avec les producteurs internationaux de vêtements de masse. On observe également un mouvement vers des marchés de niche fondés sur des concepts de durabilité environnementale ou de mode lente (« slow fashion »). La marque **Asantii**, créée par Maryse Mbonyumutwa et basée au Rwanda, s'est fortement engagée sur le plan social et environnemental, en ayant à cœur, par exemple, de s'approvisionner

le plus possible en tissus durables (coton biologique et polyester recyclé) et produits en Afrique³⁰. L'entreprise gère un programme appelé **Pink Ubuntu**, qui l'engage à verser à ses ouvrières des salaires supérieurs à la moyenne et à leur offrir des avantages sociaux tels qu'une garde d'enfants gratuite. Un autre exemple est la marque éthiopienne de mode lente **Lemlem**, fondée en 2007 par l'ancienne mannequin Liya Kebede pour contribuer à la préservation des techniques de tissage traditionnelles et créer des revenus pour les artisans tisserands. Du fait de leurs coûts de production, y compris l'approvisionnement en matériaux, ces marques de niche sont souvent vendues à des prix inabordables pour de nombreux consommateurs africains.

“

Outre la production de vêtements destinés à répondre à la demande des consommateurs africains à différents niveaux de prix, la production de masse de vêtements pour l'exportation est florissante dans quelques pays d'Afrique qui se sont positionnés en tant que prestataires de services au sein des chaînes de valeur mondiales de la mode. Après des décennies de progrès timides, l'intégration des marchés mondiaux de la mode a été stimulée par la recherche de nouveaux centres de production mondiaux, alors que les salaires augmentent dans les principaux pays producteurs. L'Égypte, l'Éthiopie, le Lesotho, Madagascar, le Maroc, Maurice et la Tunisie disposent d'un important secteur de fabrication de textiles et d'habillement axé sur la sous-traitance pour des grandes marques mondiales, telles que Guess, H&M, Levi's, Mango et Zara, ainsi que des marques de luxe comme Chanel, Dior ou Hermès. La sous-traitance est particulièrement développée dans les pays d'Afrique du Nord, qui bénéficient de leur proximité géographique avec les marchés européens. En Tunisie, elle représente une part si importante du secteur du textile et de l'habillement que le Ministère de l'industrie, de l'énergie et de l'innovation tient des statistiques distinctes pour les entreprises « totalement exportatrices »³¹. D'autres pays, comme le Bénin, l'Eswatini, le Ghana, le Kenya, la République-Unie de Tanzanie et le Rwanda, accordent une attention politique particulière au développement de l'activité de sous-traitance de l'habillement et d'autres exportations, souvent dans le cadre du programme AGOA (« Africa Growth and Opportunity Act ») des États-Unis, qui permet aux exportateurs africains d'accéder aux marchés américains en franchise de droits de douane. Le Kenya, par exemple, comptait 29 fabricants de vêtements opérant dans ses zones franches d'exportation dans le cadre du programme AGOA³². Au Ghana, **Sleek Garments**, une entreprise fondée par Nora Bannerman, l'une des premières entrepreneures de mode du pays, a exporté plus de 75 000 chemises pour hommes vers les États-Unis en 2007³³.

Dans l'ensemble, assurer la croissance du secteur de l'habillement sur le continent

La Semaine de la mode de Lagos est une plateforme qui met en avant les talents... les talents africains, pas seulement les créateurs nigérians. D'après nous, et pour nous, la Semaine de la mode de Lagos est bien plus qu'une vitrine. Elle vise aussi à renforcer la capacité du secteur à contribuer à l'économie croissante de l'Afrique en consolidant les entreprises de mode et de création existantes. Nous la positionnons aussi comme une réaffirmation de l'engagement de notre communauté à adopter des pratiques durables, avec de la traçabilité, de la transparence et une vision à long terme – des piliers solides sur lesquels appuyer notre processus créatif. Nous encourageons les créateurs à en parler également dans leur travail. Et nous protégeons nos artisans et nos compétences artisanales à travers le continent, car nous les considérons comme des outils essentiels de renforcement de la créativité.

Omoyemi Akerele, Semaine de la mode de Lagos

est une opportunité stratégique pour stimuler la création d'emplois durables, notamment pour les femmes et les jeunes. Historiquement, l'industrie de l'habillement a été caractérisée comme l'une des industries les plus dominées par les femmes, **70 à 90 % des travailleurs du secteur dans les pays en développement étant répertoriés comme étant des femmes**³⁴. Un secteur de l'habillement renforcé et bien réglementé pourrait contribuer à l'égalité des genres grâce à l'émancipation financière et à l'autonomisation des femmes. Des initiatives telles que **Better Work** **Lesotho** exploitent déjà ce potentiel, se concentrant sur l'amélioration des conditions de travail dans les usines et sur la création d'emplois pour les jeunes et les femmes dans les zones rurales.

En bref, le secteur de l'habillement en Afrique est aujourd'hui extrêmement dynamique, mais même lorsque ses produits sont destinés au marché de masse, ils restent un produit de luxe pour la plupart des Africains, et certainement pour les consommateurs du continent qui, au cours des dernières décennies, ont eu de plus en plus recours à des importations de seconde main ou à des vêtements importés peu onéreux. Néanmoins, en raison de la poussée démographique du continent et de l'optimisme quant à l'augmentation des revenus des

consommateurs, le volume de la demande nécessaire à un secteur de l'habillement florissant est prêt à exploser : le défi consistera à mettre en place les conditions permettant aux producteurs de vêtements en Afrique de produire à des prix accessibles aux Africains.

HAUTE COUTURE

Parallèlement à la dynamique positive observée dans le secteur de l'habillement, l'essor de la créativité africaine s'est également traduit par la montée en puissance des marques africaines de haute couture. Grâce à des créateurs de mode emblématiques comme **Pathé'O** (Côte d'Ivoire) – designer du chemisier de Nelson Mandela – et **Alphadi** (Niger), mais aussi à de nouveaux talents comme **Amine Bendriouch** (Maroc), **Adama Paris** (Sénégal), **Kente Gentlemen** (Côte d'Ivoire), **Niuku** (Mauritanie), **Christie Brown** (Ghana), **Mahlet Afework** (Éthiopie), **Sun Goddess** (Afrique du Sud), **Duro Olowu** (Nigéria) et **Imane Ayissi** (Cameroun), la mode africaine s'est imposée sur la scène internationale. En 2019, **Thebe Magugu** (Afrique du Sud) est devenu le premier Africain à remporter le Prix LVMH des jeunes créateurs, l'une des récompenses les plus prestigieuses du secteur. Le styliste nigérian **Kenneth Ize** était cofinaliste pour le Prix cette année-là.

En 2021, un autre créateur sud-africain, **Lukhanyo Mdingi**, a remporté le Prix Karl Lagerfeld de LVMH. Thebe Magugu a ensuite conçu une collection de vêtements de sport inclusifs pour Adidas, comprenant des pièces de tennis haute performance portées sur les courts par les grands noms du tennis Stefanos Tsitsipas et la championne de tennis en fauteuil roulant Dana Mathewson lors de tournois importants en 2022.

Les vêtements produits par ces marques exclusives ne sont accessibles qu'à un petit pourcentage aisément de la population du continent. L'impact de leur travail s'étend cependant bien au-delà de leurs produits : ce sont de véritables agents de changement et des moteurs d'innovation qui opèrent à la jonction cruciale entre l'artisanat, l'art et l'industrie. Si leurs activités principales se situent essentiellement aux étapes de création et de conception de la chaîne de valeur, ils ne travaillent pas en vase clos, mais collaborent avec des secteurs et des professionnels qui oeuvrent en dehors de l'écosystème créatif. Vus sous cet angle, les créateurs africains de haute couture s'apparentent davantage à des entrepreneurs créatifs à la tête de petites et moyennes entreprises, qui, par leurs décisions et leurs activités, jouent un rôle clé dans la réduction de la pauvreté et des inégalités, la création d'emplois décents et productifs et l'instauration de la justice sociale.

Par sa visibilité et sa désirabilité, la haute couture modèle l'ensemble de la chaîne de valeur. Sur le continent, le nombre d'événements dédiés à la haute couture est en pleine croissance : à ce jour, 32 pays d'Afrique organisent des semaines de la mode de taille et d'échelle variées. La **Semaine de la mode de Lagos** (Nigéria), la **SA Fashion Week** (Afrique du Sud), la **Semaine de la mode de Dakar** (Sénégal) et le **Festival international de la mode africaine** (FIMA, dans un lieu différent chaque année) sont bien établis et attirent tous les ans un large public local et international ainsi que des sponsors de premier plan. Des événements à plus petite échelle, comme la **Semaine de la mode Glitz Africa** (Ghana), la **Semaine de la mode swahilie** (République-Unie de Tanzanie) ou la **Semaine de la mode de Tunis** (Tunisie), gagnent également en importance.

La mode est un catalyseur qui nous permet de raconter des histoires plus intimes, plus riches et plus abouties sur toute l'Afrique. Nous espérons qu'elle inspirera les visiteurs et que grâce à elle, ils se débarrasseront de certains clichés³⁵.

Christine Checinska

*Commissaire d'exposition
au Victoria and Albert Museum*

Les médias jouent un rôle particulièrement crucial dans l'industrie mondiale de la haute couture, où la notoriété est essentielle. Les grands médias de mode accordent de plus en plus de place à la mode africaine. Edward Enninful, rédacteur en chef d'origine ghanéenne du **British Vogue**, a régulièrement mis en avant la représentation africaine dans le cadre de la volonté du groupe de magazines d'accroître la diversité et l'inclusion. Il existe également une cohorte émergente de blogs et de magazines de haute couture africains qui offrent une visibilité et un accès aux actualités du secteur. **Industrie Africa**, fondée par la Tanzanienne Nisha Kanabar, fonctionne comme une entité hybride entre le journalisme de mode, le showroom virtuel et la plateforme de vente en ligne pour les marques africaines de luxe et de haute couture. **Moonlook**, lancé par la Camerounaise Nelly Wandji, a un fonctionnement similaire, avec une offre destinée au public francophone. **Gida Journal**, lancé en 2022, est un magazine annuel imprimé consacré à la mode africaine et à d'autres formes d'expression créative, ouvert aux créateurs basés sur le continent. Parmi les autres références du secteur, il convient également de citer le magazine de mode en ligne **Debonair Afrik**, fondé au Ghana en 2014, et le blog de mode et de style de vie **Jamila Kyari**.

La visibilité offerte par les médias traditionnels et en ligne est encore amplifiée par les célébrités de la communauté afrodescendante et de la diaspora, qui jouent un rôle crucial dans

la promotion des créateurs africains. Des personnalités telles que Beyoncé, Alicia Keys ou Michelle Obama ont pris la décision délibérée de promouvoir le travail des créateurs africains et afrodescendants en portant leurs créations lors d'événements à forte visibilité. Lors de sa tournée « *Renaissance Tour* » en 2023, Beyoncé et ses trente danseurs ont porté des créations de Tongoro, la marque « made in Africa » fondée par la styliste sénégalaise Sarah Diouf. La top model britannique Naomi Campbell, qui portait une pièce du créateur ghanéen Steve French Oduro pour la couverture d'*Essence Magazine* à l'occasion de son cinquantième anniversaire, est une ardente promotrice de la mode africaine. Des célébrités africaines jouissant d'une grande audience internationale ont fait des choix similaires. L'auteure nigériane de grande renommée Chimamanda Ngozi Adichie a lancé en 2017 son projet « *Wear Nigerian* » (« Habillez-vous nigérien ») sur les réseaux sociaux, s'engageant officiellement à ne paraître en public que dans des tenues de créateurs nigérians³⁶. La chanteuse béninoise Angélique Kidjo, plusieurs fois récompensée aux Grammy Awards, a toujours porté des vêtements afrocentrés tout au long de sa longue carrière, tout comme la chanteuse malienne Fatoumata Diawara.

En outre, plusieurs événements ciblés dédiés à la mode africaine sont régulièrement organisés hors du continent. **L'Afro Fashion Week Milano**, dont le huitième défilé a eu lieu en septembre 2022, offre une plateforme internationale pour présenter et soutenir le travail des créateurs émergents africains, afrodescendants ou d'inspiration afro à Milan, en Italie. L'initiative **African Fashion Up**, lancée par *Share Africa* et soutenue, entre autres, par les Galeries Lafayette et Balenciaga, est le premier grand événement parisien entièrement consacré à la mode africaine. De grandes maisons de couture se rendent également en Afrique : en décembre 2022, la marque de luxe française *Chanel* a présenté sa collection annuelle « *Métiers d'Art* », spécialisée dans l'artisanat d'art, à Dakar, au Sénégal, une première pour une maison de haute couture mondiale.

Enfin, la reconnaissance croissante de la haute couture africaine contemporaine en tant que forme d'art a contribué à consolider son statut de phare culturel et social pour le continent. L'exposition historique *Africa Fashion* au Victoria and Albert Museum de Londres, de juillet 2022 à avril 2023, a marqué un tournant et donné un nouveau retentissement mondial à la mode africaine. Conçue pour célébrer la vitalité et l'innovation du continent dans le domaine de la mode, elle a rassemblé une sélection de créateurs issus d'une vingtaine de pays qui ont été à l'avant-garde de la mode africaine du vingtième siècle à aujourd'hui. Christine Checinska, commissaire principale de l'exposition, s'est efforcée de remettre en question les notions préconçues concernant la mode africaine, en laissant parler les sources d'inspiration variées et multiples, la créativité et les visions des créateurs africains. Tout en reconnaissant que l'exposition se tenait dans une ancienne puissance coloniale, les commentateurs ont salué l'événement comme une étape majeure dans la décentralisation de la mode mondiale par rapport aux capitales dominantes que sont New York, Londres, Paris et Milan³⁷.

L'Afrique est souvent très contrastée, et malgré la visibilité dont jouissent les créateurs africains tant sur le continent que sur la scène internationale, le marché de la haute couture y reste limité. Le *Africa Wealth Report* de 2023 donne néanmoins des raisons de voir le marché du luxe du continent d'un œil prudemment optimiste : il prévoit une **augmentation de 42 % du nombre de millionnaires africains en dollars au cours des 10 prochaines années, pour atteindre quelque 195 000 d'ici à 2031**. La plus forte croissance du nombre de personnes fortunées est d'ailleurs répartie entre des pays africains aussi divers que le Maroc, Maurice, la Namibie, la République démocratique du Congo, le Rwanda, les Seychelles et la Zambie³⁸. En outre, comme les marques de luxe internationales ont actuellement une présence très limitée dans les pays africains, les marques de luxe africaines ont l'occasion, en tant qu'acteurs de première ligne comprenant les goûts et l'esthétique locaux, de s'assurer que les dépenses du continent dans le secteur du luxe iront vers les produits « made in Africa ».



© Kikomeo / KIRO LTD

Encadré 2 • Au-delà des défilés : l'impact des semaines de la mode en Afrique

Les semaines de la mode, en plus de faire connaître les stylistes et les créateurs, offrent des possibilités de réseautage et d'apprentissage, mettent les stylistes en contact avec des investisseurs et constituent également des plateformes pour d'importantes discussions au sein de l'industrie. Depuis maintenant trois éditions, la semaine de la mode de Lagos a lancé l'initiative *Woven Threads* (« fils tissés »), qui vise à faciliter les conversations avec toutes les parties prenantes de la chaîne de valeur de la mode autour de la production et de la consommation responsables. Les semaines de la mode créent également un large éventail d'externalités sociales et économiques positives en rassemblant les gens en un même lieu. De l'industrie hôtelière au tourisme en passant par le commerce de détail local, un large éventail de parties prenantes bénéficient de ces événements qui se déroulent sur le continent africain.

Ce processus est déjà en cours, avec des boutiques conceptuelles exclusives qui ont vu le jour dans certaines capitales africaines pour saisir cette opportunité.

Merchants on Long à Capetown, **Alára** à Lagos, **El Fenn** à Marrakech, **Le Sandaga** à Dakar, **The Lotte** à Accra et **ABY**

Concept à Abidjan sont des espaces qui rassemblent une gamme de produits de luxe produits en Afrique, dont des articles de mode^{39,40}.

L'importance stratégique des segments de la haute couture et du luxe en Afrique réside également dans le fait que leurs produits se vendent à un niveau de prix adapté à la production de la « *slow fashion* » – ou mode lente, ce qui facilite l'intégration d'un artisanat de qualité et de techniques plus longs à produire basées sur le patrimoine. De fait, certains créateurs de mode du continent ont joué un rôle de premier plan dans la relance ou la revitalisation de techniques de teinture et de tissage tombées dans l'oubli. Le créateur burkinabé **Sébastien Bazemo** a ainsi redonné vie au koko dunda, un tissu teint de manière artisanale qui avait fini par être dévalorisé. Aujourd'hui, ce textile n'est pas seulement un élément essentiel des collections de Bazemo, c'est aussi un incontournable de la mode dans tout le pays, et il est fièrement exporté dans la sous-région. Le gouvernement a d'ailleurs créé un label pour authentifier le koko dunda teint localement⁴¹. Les stylistes ougandais **José Hendo** et nigérien-allemand **Bobby Koladé**, pour leur part, ont contribué à stimuler les innovations en matière de production et d'utilisation du tissu d'écorce dans les vêtements contemporains^{42,43}.

Le secteur de la haute couture peut donc servir d'intermédiaire pour sauvegarder les compétences traditionnelles et les pratiques du patrimoine culturel immatériel, tout en générant des revenus pour une série d'artisans et en ouvrant la voie à des pratiques durables. Le pouvoir d'influence (« *soft power* ») de l'écosystème de la mode réside également en grande partie dans les segments de la haute couture et du luxe, qui façonnent la culture visuelle et influencent les goûts aux niveaux local, national et régional.



© Taibobacar photographed by Luke Kitchin

ACCESOIRS ET MÉTIERS D'ART

Enracinés dans des traditions séculaires, les accessoires de mode et les métiers d'art ont une longue histoire de prestige et de symbolisme culturel sur le continent africain. Ils sont généralement produits par des artisans hautement qualifiés, qui possèdent un niveau exceptionnel de savoir-faire et de minutie et utilisent des matériaux durables et des techniques respectueuses de l'environnement. Les bijoux créés à partir de métaux, de perles, de cauris, de cornes d'animaux et de raphia sont souvent associés à des savoir-faire techniques traditionnels et à des pratiques sociales qui affirment l'identité culturelle à travers la parure. Les métiers d'art comprennent également l'**artisanat du cuir**, qui est au cœur de la production de chaussures, de sacs et d'accessoires, souvent dans des styles

africains uniques. D'autres objets, tels que les ornements **perlés** des Zoulous et des Ndébélés d'Afrique du Sud, ou la **broderie** traditionnelle à cinq couleurs de l'oasis de Siwa en Égypte, apportent des finitions décoratives exceptionnelles et de haute qualité aux vêtements et autres articles de mode.

La bijouterie a connu une forte évolution qualitative en Afrique au cours des deux dernières décennies. Alors qu'à la fin du vingtième siècle, elle était en grande partie la prérogative des artisans traditionnels, qui vendaient directement à des clients locaux ou dépendaient des marchés touristiques et des coopératives d'ONG, le paysage africain de la bijouterie compte aujourd'hui de nombreux créateurs de bijoux dont les marques professionnelles sont commercialisées dans le monde entier.

Des marques africaines de bijoux de haute couture comme **Pichulik** (Afrique du Sud), **Ami Doshi Shah** (Kenya) ou **Adèle Dejak** (Kenya-Nigéria), sont régulièrement présentées dans les médias internationaux de la mode pour leur créativité contemporaine. De nombreux créateurs font fièrement référence au patrimoine africain dans leurs créations : citons **Adinkra's Jewels** (Ghana), dont les pièces rendent hommage aux symboles akan, **K'tsobe** (Rwanda), dont les bijoux s'inspirent de la culture et de la nature rwandaises, et **Karidja et Khadija** (Côte d'Ivoire), qui fabriquent à la main des pièces de luxe en bronze conçues pour brouiller les frontières entre l'esthétique africaine traditionnelle et contemporaine. D'autres marques s'intéressent activement à la chaîne de valeur des pierres précieuses et des métaux précieux d'Afrique, s'efforçant de les valoriser ou de garantir que les matières premières proviennent d'une source responsable. Originaire du Botswana, pays producteur de diamants, Boitshoko Kebakile a fondé la maison **House of Divinity**, dans un souci d'ajouter de la valeur aux matières premières de son pays : elle y produit aussi bien des pièces de qualité abordable que des bijoux incrustés de pierres semi-précieuses⁴⁴. La marque de joaillerie fine **Vanleles**, basée au Royaume-Uni, a été lancée en 2011 par l'ancienne mannequin bissau-guinéenne Vania Leles, qui avait constaté que, si la plupart des pierres précieuses qu'elle portait provenaient d'Afrique, les bijoux n'étaient pas produits par des marques africaines⁴⁵.

Le secteur de la maroquinerie, en particulier, a connu des développements majeurs au cours des dernières décennies et regorge d'un potentiel inexploité. Il existe des pays producteurs de cuir dans toutes les régions du continent : du Botswana à la Tunisie, du Sénégal au Soudan du Sud, du Maroc au Malawi. Si certains se contentent encore d'une transformation limitée du cuir brut, d'autres connaissent une évolution rapide dans la production d'accessoires en cuir de haute qualité. Ce cuir de qualité est souvent un catalyseur pour d'autres parties de l'écosystème de la mode : ainsi, une innovation a été apportée dans le domaine de l'horlogerie par la marque

ghanéenne **Caveman**, fondée en 2018 par Anthony Mensah Dzamefe, ayant remarqué qu'il était possible de fabriquer des montres avec des bracelets en cuir de bonne qualité produit dans son pays⁴⁶.

L'Afrique possède également des styles d'accessoires qui lui sont propres. Les coiffes, bien que souvent formées simplement d'une longue bande de tissu, sont parfois préfabriquées comme le serait un chapeau. Ces dernières années, on a vu se développer le marché des *geles* nigérians pré-pliés, qui s'exportent vers d'autres pays d'Afrique et vers les marchés de la diaspora. Présentes dans de nombreuses cultures africaines, les perles pour la taille ont été élevées au rang d'art au Sénégal, où elles sont généralement appelées *bine-bine*. Connaissant un grand succès sur les étals sénégalais dans les foires de l'artisanat et de la mode de la région de l'Afrique de l'Ouest, les *bine-bine* sénégalais ont également gagné des adeptes en Europe et aux États-Unis d'Amérique.

Quelle que soit leur origine ou leur forme, les métiers d'art et les accessoires de mode africains constituent une partie essentielle et inaliénable de l'écosystème dynamique de la mode du continent, agissant à la fois comme des vecteurs d'innovation et les porteurs d'un patrimoine culturel qui transmettent des histoires, des coutumes et des valeurs d'une génération à l'autre. En incorporant des symboles, des motifs et des techniques traditionnelles, le large éventail d'objets d'artisanat et d'accessoires produits sur le continent célèbre fièrement la richesse de l'histoire de ses peuples et assure leur préservation pour les générations futures. Ils agissent aussi comme des leviers pour l'autonomisation économique des communautés locales : au-delà des marques africaines prospères de bijoux ou de cuir, de nombreux artisans travaillent dans des coopératives ou des organisations communautaires, favorisant un sentiment d'identité collective et générant des sources de revenu durables pour les communautés.

Encadré 3 • Le secteur sénégalais du cuir

Le Sénégal bénéficie d'un excédent commercial dans le domaine de la chaussure. Il importe moins qu'il n'exporte, probablement en raison de sa production importante de sandales et de babouches en cuir, très appréciées dans le pays, notamment comme accessoire masculin, et qui s'exportent également bien dans les pays voisins. Ce secteur repose essentiellement sur une fabrication artisanale, la commune de Ngaye Mecké étant particulièrement réputée pour la qualité de ses maroquiniers. Le label « **Dallu Ngaye** » s'est imposé comme un gage de qualité pour les chaussures de la région, même si celles-ci ne sont pas toujours marquées individuellement. La commune entend s'imposer comme un pôle majeur du cuir au Sénégal et commencer à exporter des produits de qualité dans le monde entier⁴⁷. Dans le segment des marques mondiales, le créateur Milcos Badji, fondateur de la maison de couture **Nio Far**, a renoncé à la production de teeshirts à la mode pour s'aventurer dans celle des baskets, ce qui n'avait jamais été tenté en Afrique de l'Ouest. Ne faisant aucun compromis sur la qualité, la marque s'est positionnée sur le segment des baskets de luxe et a travaillé avec des fabricants de bogolan maliens afin d'incorporer ce textile artisanal dans ses collections. Les baskets Nio Far auraient été aperçues, entre autres, sur le roi Mohammed VI du Maroc et la star mondiale de la musique Alicia Keys, mais 60 % des ventes de la marque sont réalisées auprès de clients sénégalais⁴⁸. Dans le secteur des sacs à main, **L'Artisane**, **Nene Yaya** et **Maraz Origins** sont quelques unes des nombreuses marques sénégalaises qui ont vu le jour ces dernières années pour répondre à la vigoureuse demande de sacs fabriqués en Afrique. Ces tendances dans le secteur du cuir au Sénégal s'observent également dans beaucoup d'autres pays d'Afrique, notamment dans le secteur des sacs où de nombreuses marques dynamiques de produits fabriqués sur le continent ont fait leur apparition, capturant une partie de la part de marché auparavant presque exclusivement occupée par les importations.

DES VENTES NUMÉRIQUES EN PLEIN ESSOR ET UN COMMERCE INTRAFRICAIN EN EXPANSION

En plus de l'écosystème créatif florissant décrit ci-haut et de l'augmentation des revenus des consommateurs, qui alimentent une demande sans cesse croissante pour la mode africaine, deux autres facteurs ont joué un rôle clé dans la dynamisation du secteur : l'essor des achats en ligne, et l'augmentation croissante du commerce intrarégional depuis la mise en œuvre de la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAF).

La numérisation a considérablement élargi les possibilités de croissance pour les créateurs de mode en Afrique, permettant à ceux qui étaient auparavant limités par des marchés nationaux restreints d'atteindre une clientèle régionale et internationale beaucoup plus large sans délocalisation. La pénétration du commerce en ligne a considérablement augmenté ces dernières années, passant de 13 % de clients actifs payants dans l'ensemble de la population africaine en 2017 à 28 % en 2021, ce qui représente **334 millions d'utilisateurs**. La part des **clients actifs du commerce électronique devrait atteindre 50 % d'ici à 2025⁴⁹**. Dans plusieurs pays africains, l'économie numérique devient l'un des principaux moteurs de la croissance, représentant plus de 5 % du **PIB⁵⁰**. Aujourd'hui, il y a **816 millions de connexions par carte SIM mobile en Afrique subsaharienne** (soit une pénétration de 77 %) et **712 millions au Moyen-Orient et en Afrique du Nord** (soit une pénétration de 116 %).

Indépendamment de leur taille ou de leur forme, un large éventail d'entreprises de mode saisissent les nouvelles opportunités de marketing et de distribution offertes par l'Internet et les réseaux sociaux pour atteindre les marchés nationaux ou régionaux, ainsi que la diaspora et d'autres marchés internationaux. Les producteurs informels de vêtements, les tailleurs et les détaillants utilisent activement les plateformes de réseaux

sociaux telles que WhatsApp, Instagram et Facebook pour atteindre les clients, et tirent souvent le meilleur parti des systèmes de paiement par téléphonie mobile omniprésents dans de nombreux pays africains pour les ventes nationales et régionales. Les grandes marques, ainsi que quelques petites marques du segment du luxe, gèrent leurs propres sites de commerce électronique, mais de nombreuses entreprises profitent surtout de l'essor des plateformes en ligne qui regroupent l'offre de plusieurs marques, facilitent le processus de paiement numérique, et, dans certains cas, offrent même des services de soutien au marketing.

De nombreux créateurs de mode du marché intermédiaire en Afrique et dans la diaspora utilisent également les plateformes internationales telles qu'**Etsy**, une société de commerce électronique basée aux États-Unis et axée sur les produits artisanaux. Par ailleurs, **Annes**, basée en Afrique du Sud, et **The Folklore Marketplace**, basée aux États-Unis, regroupent une offre de haute couture africaine, et afrodescendante pour cette dernière. La numérisation permet également d'autres

formes de consommation de mode.

La Reina est la première plateforme en ligne d'Égypte pour la location d'articles de mode, et propose plusieurs niveaux d'abonnement permettant de louer des vêtements pour les porter au quotidien ou lors d'événements spéciaux⁵¹.

La start-up tunisienne **Dabchy** est une plateforme de mode où les utilisateurs peuvent acheter et vendre des vêtements neufs et d'occasion. La marque compte 500 000 utilisateurs enregistrés en Algérie, au Maroc et en Tunisie⁵².

Un nouveau type d'acteur clé du secteur de la mode a fait parallèlement son apparition : les entrepreneurs de fintech (ou technologie financière) de la mode sont à l'origine de nombreuses plateformes qui permettent aux créateurs d'atteindre des marchés plus lucratifs. Ancien cadre financier à la Deutsche Bank et à Intel Capital, le Ghanéen Sam Mensah Junior est à l'origine de la marque de mode sud-africaine **Kisua**, qui a connu une notoriété mondiale lorsque Beyoncé a été aperçue portant une veste Kisua en 2015. Il a créé sa maison de couture en réunissant une équipe ayant de l'expérience dans la logistique mondiale et dans la mode.



© AAKS

Des créateurs de toute l'Afrique sont invités à travailler sur les collections capsules de la marque, qui, grâce aux centres de distribution de l'entreprise sur trois continents, peuvent être expédiées efficacement en divers points du monde. Mensah a également créé la plateforme **Ananse** citée ci-dessus, afin de regrouper une offre plus large de créateurs, en collaboration avec des partenaires tels que la Mastercard Foundation, tandis qu'**Ecobank** a mis en place une formation au commerce électronique pour les créateurs de mode en Côte d'Ivoire, au Ghana, au Kenya, au Nigéria et au Sénégal.

Outre les entrepreneurs de fintech, les partenariats avec les entreprises logistiques mondiales ont été essentiels pour rendre le commerce électronique réalisable et faciliter les échanges d'approvisionnement entre entreprises. DHL est devenu un partenaire clé pour de nombreuses entreprises de commerce électronique de mode, parfois avec le soutien des acteurs du développement. En ce qui concerne les moyens de paiement, l'Afrique a été l'une des premières à adopter les systèmes d'argent mobile et, en 2022, elle représentait 66,3 % des transactions mondiales d'argent mobile⁵³. De plus, l'on peut s'attendre à de nouvelles améliorations dans la facilitation des paiements avec la mise en œuvre du **système de paiement et de règlement panafricain (PAPSS)** élaboré dans le cadre de la ZLECAF en collaboration avec la Banque africaine d'import-export (Afreximbank), qui vise à permettre des flux monétaires efficaces et peu coûteux à travers les frontières africaines, ouvrant la possibilité d'effectuer des paiements dans la monnaie locale. Plus largement, la ZLECAF, un projet phare de l'Union africaine qui crée un marché unique africain par la suppression des droits de douane intra-africains et la réduction des barrières non tarifaires, devrait revigorer l'approvisionnement et la vente en Afrique dans le secteur de la mode. La ZLECAF est entrée en vigueur en mai 2019 et les échanges commerciaux dans le cadre de l'accord ont commencé en janvier 2021. Dans le cadre des ambitions de la ZLECAF pour le développement de la chaîne de valeur régionale, on pourrait, par exemple,

envisager que du tissu en coton ougandais soit acheté par une maison de couture kenyane qui vendrait ensuite ses jeans à une large clientèle au Burundi, au Rwanda et en République-Unie de Tanzanie, en plus de ses clients nationaux. Les règles d'origine pour le libre-échange des textiles et des vêtements devraient être précisées dans le courant de l'année 2023 : elles visent à garantir qu'un certain niveau de valeur ajoutée soit réalisé sur le continent africain pour qu'un produit vestimentaire bénéficie d'un accès préférentiel. Actuellement, le commerce intra-africain dans le secteur du textile et de l'habillement ne représente qu'environ 2,7 milliards, et les fournisseurs intra-africains seulement 8 % des importations de textile et de vêtements sur le continent⁵⁴. Dans le cadre de la ZLECAF, ce commerce intra-africain devrait augmenter de 11 %⁵⁵.

En bref, l'essor continu des plateformes de vente numérique africaines, le développement de systèmes de paiement en ligne efficaces et l'accès accru à l'Internet, notamment par le biais des téléphones portables, représentent une opportunité cruciale pour répondre à la demande croissante en mettant en relation une clientèle en pleine expansion avec les créateurs de mode africains, et en élargissant l'accès à la mode produite sur le continent. Au-delà du commerce électronique, les technologies numériques

sont appelées à continuer de jouer un rôle central dans la croissance du secteur de la mode africaine. En particulier, l'intégration de la réalité virtuelle (RV) et de la réalité augmentée (RA) dans l'industrie, qui reste minimale et concentrée dans le secteur du luxe, offre aux clients une manière nouvelle et immersive d'expérimenter la mode africaine. Des défilés de mode virtuels, comme la collection ECLECTIC présentée par **Aisha Oladimeji** (Nigéria) lors de la semaine de la mode numérique de New York, ou les expériences d'essayage basées sur la réalité augmentée, comme celles proposées par la plateforme sud-africaine **Reka**, permettent aux consommateurs d'interagir d'une nouvelle manière avec la mode africaine. Enfin, le métavers représente une nouvelle frontière pour la mode en Afrique, offrant de nouvelles possibilités d'expression individuelle par le biais de vêtements et d'avatars virtuels, ainsi que de nouveaux espaces où les marques peuvent interagir avec leurs clients. Une étude récente menée par Analysis Group avec le soutien de Meta estime qu'il pourrait ajouter 40 milliards de dollars des États-Unis supplémentaires au PIB de l'Afrique subsaharienne au cours de la prochaine décennie⁵⁶, avec les métavers africains tels qu'**Africarare**, **Ubuntuland** ou **Astraverse** étant prêts à stimuler la vente d'articles de mode exclusivement numériques.

Encadré 4 • Les plateformes de commerce électronique

Parmi les exemples les plus réussis de plateformes de commerce électronique, on peut citer **Afrikrea** d'ANKA (« la nôtre » en bambara), une plateforme en ligne pour les microdétaillants de mode africaine basée en Côte d'Ivoire, qui soutient les PME détenues par des femmes, qui représentent 80 % des commerces présents sur la plateforme. L'ambition d'ANKA est de construire une infrastructure dédiée au commerce électronique pour ses plus de 13 000 vendeurs et d'expédier « tout ce qui est fabriqué en Afrique » à travers le monde⁵⁷. En Égypte, la plateforme de commerce électronique **Brantu** a rationalisé les achats en ligne des acheteurs de marques égyptiennes et internationales. Lancé en 2019, elle a été fondée par des entrepreneurs qui avaient initialement créé un site internet de comparaison de prix pour les produits de la mode⁵⁸. Aujourd'hui, Brantu déploie des technologies numériques afin d'offrir également des services de marketing aux fabricants de vêtements, notamment un modèle de précommande devant aider à prévenir la surproduction et le gaspillage de vêtements⁵⁹. Au niveau panafricain, **Industrie Africa** a lancé une plateforme de vente au détail innovante en 2020 pour valoriser les créateurs de mode africains. Afin d'aider les clients à faire des choix éclairés, Industrie Africa a élaboré une charte de durabilité, qui reconnaît les marques ayant fait des efforts particuliers selon les critères suivants : l'environnement, l'éthique, l'artisanat, et le recyclage.

UN SOUTIEN ACCRU DES GOUVERNEMENTS ET DES ACTEURS NON GOUVERNEMENTAUX

Les États africains sont de plus en plus désireux de saisir les opportunités stratégiques offertes par le secteur de la mode pour la création d'emplois et de revenus durables. Sur l'ensemble du continent, les gouvernements multiplient les efforts pour créer des environnements commerciaux favorables en mettant en place des politiques et des programmes axés sur les différentes facettes de la chaîne de valeur de la mode. Qu'il s'agisse de soutenir l'industrie de l'habillement par des incitations fiscales ou d'accorder des subventions aux entrepreneurs du secteur de la mode, certains États ont apporté un soutien décisif à l'industrie ces dernières années.

Dans la panoplie de stratégies et de mesures déployées par les gouvernements africains, certains segments du secteur de la mode reçoivent plus d'attention que d'autres. En termes d'emploi et de revenus, de nombreux gouvernements se concentrent assez logiquement sur le développement des secteurs industriels de l'habillement et du textile. D'autres ont choisi de porter leurs efforts sur l'aspect créatif et patrimonial, en intégrant la mode dans leurs politiques culturelles. Maurice, par exemple, est un acteur mondial majeur du secteur de l'habillement. Ce pays n'organise pourtant pas de semaine de la mode, contrairement à des pays dont la population est comparable, comme le Cabo Verde ou le Lesotho. Le Burkina Faso, pour sa part, a pris de nombreuses mesures pour soutenir la production textile artisanale (voir encadré 5), mais cherche encore la bonne approche pour la production industrielle de textiles et de vêtements.

L'un des moyens les plus utilisés par les États africains et les autorités locales pour soutenir les textiles et les vêtements fabriqués localement est d'encourager les gens à les porter. Le Ghana, le Kenya, le Lesotho, le Malawi et le Rwanda ont ainsi mis en place des politiques encourageant le port de vêtements traditionnels

le vendredi (« *Local wear Fridays* »). En Côte d'Ivoire, une « **Journée du costume local** », destinée aux fonctionnaires, met l'accent sur les tissus traditionnels. Certains gouvernements encouragent les écoles ou les établissements publics à faire fabriquer leurs uniformes localement, parfois avec des textiles traditionnels. L'effet de ces politiques est double : premièrement, elles intègrent les tissus ou les styles vestimentaires locaux dans l'environnement professionnel, souvent dominé par les vêtements occidentaux ; deuxièmement, l'impulsion donnée à la demande a souvent pour effet de stimuler l'innovation, notamment dans la production textile artisanale.

Les gouvernements utilisent également leur important pouvoir de mobilisation pour soutenir le secteur de la mode. Ils sont souvent les initiateurs ou les soutiens actifs de salons professionnels

réunissant industriels, financiers et entreprises. L'un des plus grands et des plus importants salons professionnels du continent est la **Semaine de la mode et de l'approvisionnement en Afrique**, organisé chaque année à Addis-Abeba, en Éthiopie. D'autres exemples sont le **Salon de l'approvisionnement en fil et tissu** (Casablanca, Maroc) et le **Salon international du textile africain** (le SITA, à Lomé, Togo). Les semaines de la mode d'Afrique étant pour la plupart initiées par le secteur privé, le soutien apporté par le secteur public reste relativement faible, voire inexistant, dans la plupart des pays africains. Ces événements très médiatisés offrent cependant aux gouvernements locaux et nationaux une opportunité inexploitée de favoriser la croissance du secteur de la haute couture, notamment en apportant un soutien pour accroître la visibilité des nouveaux créateurs.

Encadré 5 • Promotion du faso dan fani : conjuguer développement économique, égalité des genres et objectifs culturels

C'est au milieu des années 1980, sous la présidence de Thomas Sankara, que le Gouvernement du Burkina Faso a commencé à promouvoir le faso dan fani, tissu traditionnel de coton tissé à la main, dans le cadre de ses efforts en faveur de l'émancipation économique des femmes et de la consommation de produits locaux. De nombreuses coopératives féminines de tissage ont été créées alors, et, dans le cadre des politiques dirigistes de Sankara, un décret a imposé le port du faso dan fani aux fonctionnaires. Une deuxième vague d'attention politique plus libérale a suivi à partir de 2015 environ, avec un effort concerté des membres du gouvernement pour porter ce tissu lors de leurs apparitions publiques. En 2017, dans le cadre des mesures visant à promouvoir l'identité culturelle, un arrêté ministériel a officiellement encouragé les représentants de l'État à porter le faso dan fani lors des cérémonies officielles. Ce regain d'attention politique a contribué à stimuler l'innovation dans la fabrication des textiles artisanaux, encourageant la production d'une plus grande variété de motifs et de textures pour répondre à une demande croissante et aux nouveaux goûts du consommateur. Il a également donné l'impulsion nécessaire pour que les entreprises de confection sur mesure de qualité se transforment en petites marques. Le faso dan fani est également promu à l'étranger par le biais d'événements du secteur privé, parfois avec le soutien du Ministère des affaires étrangères : une « Nuit du faso dan fani » est organisée chaque année à Paris depuis 2017 et un événement similaire a été organisé à Rome en 2019. Pour protéger les tisserands de faso dan fani contre les copies industrielles, le Ministère de l'industrie, du commerce et de l'artisanat a lancé en 2021 un label protégé pour le textile tissé au Burkina Faso. Une mesure similaire a été prise pour étiqueter le koko dunda, autre tissu transformé localement. Actuellement, le pays envisage des politiques visant à promouvoir l'utilisation du faso dan fani pour les uniformes scolaires et les toges des juges. Grâce à cette attention politique à long terme, stimulée par un soutien d'acteurs non gouvernementaux, le faso dan fani prospère dans la mode contemporaine locale et, ces dernières années, a même trouvé sa place sur les podiums internationaux de la haute couture⁶⁰.



© odAMMO – Di Sophia Omoro / Quentin Alexander

Par ailleurs, certains gouvernements offrent des subventions ou des financements aux créateurs locaux pour qu'ils participent aux semaines internationales de la mode en dehors du continent.

Pour soutenir l'écosystème, une autre approche gouvernementale a consisté à mettre en place des incitations fiscales et autres mesures de même nature pour améliorer l'attractivité du secteur de la mode, de l'habillement et du textile. Maurice, qui a été, dès les années 1980, l'un des premiers pays à se lancer dans la fabrication de vêtements orientés vers l'exportation, a une politique très structurée de soutien à l'industrie. Pendant de nombreuses années, son gouvernement a offert aux investisseurs des incitations fiscales et

des exonérations de droits de douane, associées à des développements d'infrastructures appartenant à l'État, notamment des installations portuaires, aéroportuaires, hydrauliques, électriques et de communication. Le développement du secteur de la mode est aujourd'hui principalement structuré dans le cadre de la **politique industrielle et du plan stratégique pour l'Île Maurice 2020-2025**. En Afrique du Sud, la base industrielle existante, relativement solide, est stimulée par le **programme gouvernemental de compétitivité du secteur de l'habillement et du textile**, qui vise à accroître l'utilisation d'intrants locaux au moyen d'une exigence de contenu local de 100 % dans la fabrication, et à gérer l'afflux de vêtements bon marché d'origine étrangère

en imposant une taxe à l'importation de 45 %⁶¹. Le Maroc a soutenu la production de vêtements et d'accessoires en créant des clusters ou pôles de mode, tels que le **Denim and Fashion Cluster du Maroc**, en collaboration avec l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (AMITH)⁶². Ce partenariat public-privé a également lancé l'initiative « **Dayem Maroc** », qui vise à renforcer le secteur local et à réduire la dépendance à l'égard des fils et des tissus importés⁶³. Le Maroc accueille également un concours national pour l'innovation dans les textiles techniques (**Innov'tex Maroc**). Et le Gouvernement marocain apporte également un soutien très actif aux campagnes de promotion de la mode marocaine à l'échelle internationale, où le patrimoine culturel et artisanal du Maroc est souvent mis en avant. En Tunisie, un pacte textile a été signé en février 2019 entre le gouvernement, l'**Union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat (UTICA)** et la **Fédération tunisienne du textile et de l'habillement (FTTH)** pour faciliter la création de 50 000 emplois d'ici à 2023, porter les exportations de textiles à 4 milliards de dollars des États-Unis par an, augmenter la part tunisienne du marché européen de 2,5 % en 2018 à 4 %, et permettre au pays de retrouver sa place de cinquième plus grand exportateur vers l'Union européenne⁶⁴.

Plus largement, certains États africains ont intégré la mode dans leurs plans de développement. Ainsi, l'Éthiopie a fait du secteur du textile et de l'habillement l'un des principaux piliers de son Plan de croissance et de transformation II 2015-2020. Le pays s'était fixé pour objectif de générer **30 milliards de dollars des États-Unis d'exportations dans le secteur du textile et de l'habillement d'ici à 2030** et de créer jusqu'à 350 000 emplois. Pour y parvenir, le gouvernement a construit des parcs industriels, afin d'augmenter les investissements dans le textile et la productivité du pays⁶⁵. Au Ghana, le Ministère du commerce et de l'industrie a contribué en 2017 à la création de l'**Association des fabricants de vêtements du Ghana** afin de mieux coordonner les efforts visant à stimuler le secteur.

Encadré 6 • Fashionomics, une initiative de la Banque africaine de développement

Fashionomics est une initiative développée en 2015 par la Banque africaine de développement (BAD), sous l'égide du département Genre, femmes et société civile de la Banque, en reconnaissance du potentiel considérable de la mode en termes de croissance économique et de possibilités d'emploi, en particulier pour les femmes et les jeunes. Fashionomics fonctionne comme une plateforme numérique fournissant des informations concrètes et pratiques ainsi que des formations aux entreprises de mode. Elle offre aux entrepreneurs de mode un accès gratuit à des webinaires et à des podcasts ainsi qu'à de nombreuses master classes en ligne et physiques sur tous les sujets intéressant le secteur, tels que la mode éthique, la durabilité et la circularité, la fabrication de bijoux, les compétences numériques pour la mode, le commerce international, la logistique et le commerce électronique. Son programme d'incubateur et d'accélérateur de mode fournit un soutien plus personnalisé pour aider les entrepreneurs de mode émergents à passer au niveau supérieur. L'initiative organise aussi régulièrement des concours pour les marques naissantes engagées dans la mode durable sur le continent africain, en offrant un financement de démarrage destiné à aider les gagnants à augmenter leur capacité de production et leur visibilité.

Le gouvernement s'emploie également à attirer les investisseurs étrangers dans le secteur local afin de développer la fabrication à ce niveau et de soutenir le marché intérieur⁶⁶. De même, la stratégie de développement du Gouvernement kenyan, **Kenya Vision 2030**, identifie le secteur du textile et de l'habillement comme un moteur essentiel de l'industrialisation du pays. La stratégie kenyanne se concentre sur l'exploitation des opportunités offertes par l'AGOA, et la stratégie et le plan d'action nationaux de la loi sur la croissance et les opportunités en Afrique 2018-2023 sont considérés comme la pierre angulaire de l'action gouvernementale dans ce domaine. Par ailleurs, le **Conseil de la mode du Kenya** (KFCO) bénéficie du soutien du gouvernement. Au Nigéria, la Banque centrale a lancé une initiative de financement des industries créatives, dont la mode est l'un des quatre secteurs cibles, et offre des prêts à long terme et à faible taux d'intérêt aux entrepreneurs créatifs.

Ces efforts des gouvernements pour soutenir la croissance du secteur de la mode sont complétés par plusieurs initiatives financées au niveau international. Au niveau panafricain, **Fashionomics Africa**, une initiative de la **Banque africaine de développement** (BAD) et l'une des initiatives publiques les plus importantes à ce jour, est le

signe d'un soutien institutionnel au développement du secteur de la mode, avec pour objectif d'exploiter son potentiel de forte croissance pour la création d'emplois, et de favoriser la création de chaînes de valeur de la mode circulaires, durables et numériques. Ce programme mobilise les partenaires des secteurs privé et public pour créer un environnement commercial favorable, propice à attirer les investissements, et pour améliorer l'accès des entreprises de mode à l'information commerciale et aux ressources de formation, en mettant l'accent, notamment, sur le soutien aux femmes entrepreneures⁶⁷. Au niveau international, l'**Agence des États-Unis pour le développement international** (USAID) a lancé en 2002 le projet **Trade for African Development and Enterprise** (TRADE). TRADE a mis en place les trois pôles commerciaux africains dans les régions australe, de l'Est et de l'Ouest du continent. Ces plateformes soutiennent la mise en œuvre de la loi sur la croissance et les opportunités économiques en Afrique (AGOA), et le secteur de l'habillement est un de leurs principaux domaines d'intervention⁶⁸. Plusieurs initiatives internationales visent notamment à encourager les jeunes talents et à promouvoir la durabilité. L'**Ethical Fashion Initiative** (EFI), par exemple, aide les jeunes marques africaines à se développer à l'échelle internationale. En 2022, neuf

créateurs issus du programme Designer Accelerator de l'EFI ont ainsi pu présenter leur travail lors d'un défilé exceptionnel à la semaine de la mode de Paris. Parmi eux, **Lukhanyo Mdingi**, lauréat du Prix Karl Lagerfeld 2021, a été récompensé pour la qualité exceptionnelle de son travail et son engagement à collaborer avec les artisans locaux.

Les acteurs non gouvernementaux apportent également une aide de plus en plus active au développement d'environnements favorables au secteur de la mode africaine. Des organisations non gouvernementales créent des **hubs**, des **incubateurs**, des **accélérateurs** et autres espaces porteurs où ils fournissent des matériels, des compétences et des possibilités de réseautage aux stylistes et aux créateurs émergents. En République-Unie de Tanzanie, la **Fashion Incubator and Accelerator Initiative de Culture and Development East Africa** (CDEA) fournit un soutien technique et commercial aux créateurs de mode et d'accessoires⁶⁹. Au Cameroun, l'**African Fashion Project** (AFP) est un incubateur qui s'adresse aux personnes intéressées par la création de mode, aux artisans et aux petites et moyennes entreprises (PME) créatives, leur fournissant des machines, des ressources et des connaissances dans le domaine de la mode⁷⁰. Au Rwanda, **CollectiveRW** accueille de nombreux créateurs de la sphère de la mode rwandaise dans le but de renforcer les communautés locales et d'améliorer leur niveau de vie. Organisateur de la **Semaine de la mode du Rwanda**, il s'associe à **The Nest Collective** et au **programme sur les arts d'Afrique de l'Est du British Council** pour l'organisation régulière de boutiques éphémères, d'expositions et d'ateliers dans l'ensemble de la région. Au Sénégal, l'école de codage **mJangale** a conçu des programmes spécialisés dans l'application de diverses technologies au domaine de la mode (Arduino, impression 3D, etc.), à l'intention des créateurs de mode et des tailleurs. Ces projets, qui visent généralement à agir au niveau local, au plus près des communautés, contribuent à favoriser des environnements de collaboration, à stimuler l'innovation et à susciter de nouvelles synergies au sein du secteur.



© Lukasz Janyst / Shutterstock.com*

Le Dakar Design Hub, également au Sénégal, est un espace multidisciplinaire innovant qui offre des formations professionnelles, dont un programme d'entrepreneuriat dans la mode d'une durée de trois mois, ainsi que des services de design pour encourager la professionnalisation de l'industrie. Depuis l'attention politique accrue des gouvernements nationaux et locaux jusqu'à la création de hubs et d'incubateurs, en passant par les programmes de soutien des ONG et des OING, un large éventail d'acteurs clés sont désormais sensibilisés au potentiel du secteur de la mode africaine, et se mobilisent pour lui procurer un environnement propice à son épanouissement. À travers diverses initiatives, ils apportent un soutien financier, développent les infrastructures, contribuent à l'amélioration des compétences, facilitent l'accès aux marchés et procurent des opportunités d'exposition internationale. Ils contribuent également à encourager les pratiques durables et éthiques, ainsi que la sauvegarde des pratiques patrimoniales, favorisant la croissance et renforçant l'influence mondiale de l'industrie de la mode en Afrique.

Encadré 7 • L'Ethical Fashion Initiative ("Initiative pour une mode éthique", EFI)⁷¹

L'*Ethical Fashion Initiative* (EFI) est un partenariat public-privé entre le Centre du commerce international (un organisme conjoint des Nations Unies et de l'Organisation mondiale du commerce), un groupe d'entreprises sociales et plusieurs partenaires industriels. Fondée en 2009, l'EFI intervient à l'intersection du développement international, des industries créatives et du secteur de la mode et du style de vie, en proposant des services, des produits et des projets de développement durable. L'EFI préside actuellement l'Alliance des Nations Unies pour la mode durable, une initiative d'institutions des Nations Unies et d'organisations alliées visant à contribuer à la réalisation des objectifs de développement durable par une action coordonnée dans le secteur de la mode. L'Initiative soutient divers projets à travers l'Afrique, notamment au Mali, où elle s'associe aux producteurs du textile traditionnel malien *dalifini* (ngaga et saran) et aux bijoutiers touaregs, et en Côte d'Ivoire, où elle travaille avec les communautés locales dans les zones rurales pour soutenir le tissage du pagne baoulé traditionnel et créer de nouvelles sources de revenus pour les artisans.

L'EFI a également lancé son initiative phare *Designer Accelerator*, un programme de deux ans qui vise à soutenir et à encourager des créateurs africains talentueux, et à les aider à développer leurs marques pour se positionner de manière plus compétitive sur le marché international. Outre une aide financière, l'accélérateur offre également aux créateurs et marques naissantes des possibilités de formation, des programmes de mentorat avec des experts du secteur et des bourses, en couvrant tous les aspects de la gestion de marque, de l'accès aux chaînes d'approvisionnement durables et de la prévision des tendances à la création d'une image de marque et à la mise sur le marché des collections.

NOTES

1. Omolo, J.O. « The Textile and Clothing Industry in Kenya ». In *The Future of Textiles and Clothing Industry Sub-Saharan Africa*, dirigé par Herbert Jauch et Rudolf Traub-Merz, Frederick-Ebert-Stiftung. Bonn, 2006, p.147 à 164.
2. Muhammad, Murtala *et al.* « Nigerian Textile Industry: Evidence of Policy Neglect ». SARJANA, vol. 33, n° 1, 2018, p. 40 à 56.
3. Clarence-Smith, William G. « The Textile Industry of Eastern Africa in the Longue Durée ». *Africa's Development in Historical Perspective*, dir. Emmanuel Akyeampong *et al.*, Cambridge University Press, 2014, p. 264 à 294. <https://doi.org/10.1017/CBO978139644594.011>.
4. Kamara, Yarri B. « Why Nigerian Agbada Fabric Is (Often) Imported, While Indian Sari Fabric Is Local: A Comparative History of Textile Manufacturing ». *Africa Development*, vol. 48, n° 1, 2023, <https://doi.org/10.57054/ad.v48i1.3031>.
5. Tranberg Hansen, Karen. « Helping or Hindering?: Controversies around the International Second-Hand clothing Trade ». *Anthropology Today*, vol. 20, n° 4, 2004, p. 3 à 9, www.jstor.org/stable/3694995.
6. Jennings, Helen. *New Africa Fashion*. Prestel, 2011.
7. Svejenova, Silvia *et al.* « Cooking up change in haute cuisine: Ferran Adrià as an institutional entrepreneur ». *Journal of Organizational Behavior*, vol. 28, n° 5, 2007, p. 539 à 561, <https://doi.org/10.1002/job.461>.
8. « Deola Sagoe: Leading lady of African fashion ». *Lionesses of Africa*, <http://www.lionessesafrica.com/lioness-deolasagoe>.
9. African Women Experts (AWE). « Sally Karago, the ace of Kenyan fashion ». AWE, <http://africawomenexperts.com/Ing/en/2020/07/sally-karago-the-ace-of-kenyan-fashion/>.
10. Konadu-Agyemang, Kwadwo. « The Best of Times and the Worst of Times: Structural Adjustment Programs and Uneven Development in Africa - The Case of Ghana ». *The Professional Geographer*, vol. 52, n° 3, 2004, p. 469 à 483, <https://doi.org/10.1111/j.0033-0124.00239>.
11. Farber, Leora. « Africanising hybridity? Toward an Afropolitan aesthetic in contemporary South African fashion design ». *Critical Arts*, vol. 24, n° 1, 2010, p. 128 à 167, <https://doi.org/10.1080/02560040903509234>.
12. Banque africaine de développement (BAD). « Report on the Feasibility Study for the Development of the Online Fashionomics Platform ». *Groupe de la Banque africaine de développement*, 2019, [www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/Final_Report_AFDB_Fashionomics_-Investing_in_the_African_Creative_Industries_for_the_Continent_s_Inclusive_Growth.pdf](http://afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/Final_Report_AFDB_Fashionomics_-Investing_in_the_African_Creative_Industries_for_the_Continent_s_Inclusive_Growth.pdf).
13. Yamama, Sara. « Fast Fashion in Africa ». *Infomineo*, 15 février 2021, <https://infomineo.com/consumergoods-retail/fast-fashion-in-africa/>.
14. England, Lauren *et al.* « Africa Fashion futures: Creative economies, global networks and local development ». *Geography Compass*, vol. 15, n° 9, 2021, <https://doi.org/10.1111/gec3.12589>.
15. Comité consultatif international du coton (ICAC). « ICAC Data Dashboard ». https://icac.shinyapps.io/ICAC_Open_Data_Dashboard/.
16. Bénin, Institut national de la statistique et de l'analyse économique (INSAE-Bénin). *Monographie de la filière coton au Bénin*. Ministère du plan et du développement du Bénin, 2020, https://instad.bj/images/docs/insae-publications/autres/DT/MonographieFiliereCotonauBénin_20201025_Finale.pdf.
17. Meliado, Fabrizio *et al.* « Unlocking the Hidden Value of Cotton By-Products in African Least Developed Countries ». *Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED)*, octobre 2019, <https://unctad.org/news/unlocking-hidden-value-cotton-products-african-least-developed-countries>.
18. « Organic Cotton Market Report 2021 ». *Textile Exchange*, 2021. https://textileexchange.org/app/uploads/2021/07/Textile-Exchange_Organic-Cotton-Market-Report_2021.pdf.
19. Comité consultatif international du coton (ICAC). « ICAC Data Dashboard », https://icac.shinyapps.io/ICAC_Open_Data_Dashboard/. Consulté en juillet 2022.
20. Centre du commerce international (ITC). « Trade Map database ». ITC, <https://www.trademap.org/>.
21. États Unis d'Amérique, Département d'agriculture (USDA). « Ethiopia Cotton Production Annual », *Global Agricultural Information Network*, mai 2019. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Ethiopia%20Cotton%20Production%20Annual_Adis%20Ababa_Ethiopia_5-29-2019.pdf.
22. Les réponses pour l'Afrique de l'Ouest indiquent une fréquence significativement plus élevée des wax, du bazin et de la dentelle africaine par rapport aux autres régions africaines.
23. Barangenza, Laurent. « La diplomatie économique figure parmi les priorités du Gouvernement du Burundi ». *Radio-Télévision nationale du Burundi*, 29 juin 2021, <https://rtnb.bi/fr/art.php?idapi=5/1/209>.
24. Nadjindo, Alex *et al.* « La Nsst ouvre sa boutique à N'Djaména ». *N'djamena Hebdo*, 14 juillet 2021, <https://ndjamenahebdo.net/la-nsst-ouvre-sa-boutique-a-ndjamena/>.
25. Nations Unies, « Population 2030: Demographic Challenges and Opportunities for Sustainable Development Planning ». 2015, www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Population2030.pdf.
26. Nations Unies, Département des affaires économiques et sociales, Division de la population. « World Population Prospects 2022 ». 2022, http://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/wpp2022_summary_of_results.pdf.
27. Ncube, Mthuli *et al.* « The Middle of the Pyramid: Dynamics of the Middle Class in Africa ». *African Development Bank Market Brief*, 20 avril 2011, http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/The%20Middle%20of%20the%20Pyramid_The%20Middle%20of%20the%20Pyramid.pdf.
28. Signé, Landry. « Capturing Africa's high returns ». *Brookings Institution*, 14 mars 2018, <https://www.brookings.edu/articles/capturing-africas-high-returns/>.
29. Banque africaine de développement (BAD). « Report on the Feasibility Study for the Development of the Online Fashionomics Platform ». *Groupe de la Banque africaine de développement*, 2019, [www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/Final_Report_AFDB_Fashionomics_-Investing_in_the_African_Creative_Industries_for_the_Continent_s_Inclusive_Growth.pdf](http://afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/Final_Report_AFDB_Fashionomics_-Investing_in_the_African_Creative_Industries_for_the_Continent_s_Inclusive_Growth.pdf).
30. « Pink Ubuntu ». Asantii, <http://www.asantii.com/pages/pinkubuntu>.
31. « Industries textiles et habillement ». *Portail de l'industrie tunisienne*, juillet 2023, <http://www.tunisieindustrie.nat.tn/fr/zoom.asp?action=list&idsect=02>.
32. Kenya, Bureau national des statistiques. *Economic Survey 2022*. KNBStats, 2022, <http://www.knbs.or.ke/wp-content/uploads/2022/05/2022-EconomicSurvey1.pdf>.
33. Banque mondiale. « Featured speaker: Nora Bannerman-Abbot ». *World Bank Live*, 23 mai 2018, <https://live.worldbank.org/experts/nora-bannerman-abbot>.
34. « Exploitation or emancipation? Women workers in the garment industry ». *Fashion Revolution*, 2015, <http://www.fashionrevolution.org/exploitation-or-emancipation-women-workers-in-the-garment-industry/>.
35. Odogwu-Atkinson, Benita. « Why the V&A's New Africa Fashion Exhibition Is Important - and Long Overdue ». *The Conversation*, 8 juillet 2022, <http://theconversation.com/why-the-vandas-new-africa-fashion-exhibition-is-important-and-long-overdue-186514>.
36. Ndeche, Chidirim. « Chimamanda Adichie Explains Why She Only Wears Nigerian Brands ». *The Guardian Nigeria*, 15 novembre 2017, <https://guardian.ng/life/life-features/chimamanda-adichie-explains-why-she-only-wears-nigerian-brands/>.
37. Karim, Nabeela. « How Decolonised African Fashion Is Inhabiting the V&A Museum ». *Twyg*, 24 août 2022, <https://twyg.co.za/how-decolonised-african-fashion-is-inhabiting-the-va-museum/>.
38. Henley & Partners. « Africa Wealth Report 2023 ». *H&P*, 2023.
39. Jennings, Helen. *New Africa Fashion*. Prestel, 2011.
40. Jennings, Helen. « Meet the Change-Makers Putting African Fashion Education into Focus ». *Industrie Africa*, 16 juillet 2021, <https://industrieafrica.com/blogs/imprint/report-business-of-african-fashion-industry-education-building-the-academic-curriculum-design-production-training-support>.
41. Holognon, Alexandrine. « Afrique Avenir : Sébastien Bazemo, le designer qui réinvente le Koko Dunda ». *BBC News Afrique*, 22 octobre 2021, <https://www.bbc.com/africa/59012114>. Entretien.
42. Matsinde, Tapiwa. « Fashion : José Hendo Bark Cloth Fashion Collection ». *Atelier 55 - The Curator of Contemporary African Design*, 5 avril 2012, <http://www.atelier55design.com/fashion-uganda-jose-hendo-bark-cloth-fashion-collection/>.
43. « Bobby Kolade's Use of Bark Cloth Is Changing the Face of Fashion ». *Satisfashion Uganda*, 26 août 2014, <https://satisfashionug.com/bobby-kolades-use-of-bark-cloth-is-changing-the-face-of-fashion/>.
44. « An Ode to the Originals is the Apt Title of the Latest Collection by House of Divinity ». *Botswana Gazette*, 2 nov. 2020, <http://www.thegazette.news/lifestyle/an-ode-to-the-originals-is-the-apt-title-of-the-latest-collection-by-house-of-divinity/>.
45. Sharma, Karina. « Meet the African Fine Jewelry Designer Bringing 'Soul, Style, Sustainability, Substance' to the Industry ». *Vogue Arabia*, 24 décembre 2019, <https://en.vogue.me/fashion/fine-jewelry/vanlees-jewelry-interview/>.
46. Torvany, James. « Made-in-Ghana Watch Brand: How the Founder of Caveman Watches Built His Business ». *How we made it in Africa*, 23 juin 2021, www.howwemadeitinafrica.com/made-in-ghana-watch-brand-how-the-founder-of-caveman-watches-builtthis-business/118711/.
47. « Ngaye-Mékhé : L'état invité à prendre des mesures fortes au profit de l'industrie du cuir ». *Fédération atlantique des agences de presse africaines*, 24 janvier 2023, <http://www.faapa.info/blog/ngaye-mekhe-letat-invite-a-prendre-des-mesures-fortes-au-profit-de-lindustrie-du-cuir>.
48. Goethe-Institut Senegal. « OE Magazine - Édition spéciale Mode Senegal ». *Goethe Institut*, 2021, https://www.goethe.de/resources/files/pdf197/_mode_senegal.pdf?fbclid=IwAR1LtLMK08fpHzOfsCQbAjgkX5TUT_c6wXk8pyDZIMW6ezga__PbkUSac.
49. « African ECommerce User Growth Beats Asia ». *ecommerceDB*, 7 février 2022, <https://ecommercedb.com/insights/african-e-commerce-user-growth-beats-asia/3488>.
50. Songwe, Vera. « The Role of Digitalization in the Decade of Action for Africa ». *Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED)*, 7 septembre 2020, <https://unctad.org/news/role-digitalization-decade-action-africa>.

51. Jackson, Tom. « Egyptian Fashion Rental Startup La Reina Banks Six-Figure Funding ». *Disrupt Africa*, 1^{er} octobre 2020, <https://disrupt-africa.com/2020/10/01/egyptian-fashion-rental-startup-la-reina-banks-six-figure-funding/>.
52. Tchounyabe, Ruben. « Dabchy, premier réseau social de mode féminine et place de marché numérique en Tunisie ». *We are tech Africa*, 7 février 2022, <https://www.wearetech.africa/fr/fils/solutions/dabchy-premier-reseau-social-de-mode-feminine-et-place-de-marche-numerique-en-tunisie>.
53. GSMA Mobile Money Programme. *The State of the Industry Report on Mobile Money 2023*. Global Systems for Mobile Communication Association, 2023, <https://www.gsma.com/sotir/#download>.
54. Whitfield, Lindsay. « Current Capabilities and Future Potential of African Textile & Apparel Value Chains: Focus on West Africa ». Centre for Business and Development Studies, CBDS Working Paper No. 2022/3, 2022, https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/86202740/lindsay_whitfield_CBDS_Working_Paper_Series_2022_3.pdf.
55. Kagina, Alice. « Five Things to Know as AfCFTA Bans Trade on Second-Hand Clothes ». *The New Times*, 7 juin 2023, www.newtimes.co.rw/article/8084/news/africa/five-things-to-know-as-afcfta-bans-trade-on-second-hand-clothes.
56. Christensen, Lau and Robinson, Alex. « The Potential Global Economic Impact of the Metaverse ». Analysis Group (AG), 2022, <https://www.analysisgroup.com/globalassets/insights/publishing/2022-the-potential-global-economic-impact-of-the-metaverse.pdf>.
57. Jackson, Tom. « Ivory Coast-Based eCommerce Startup Afrikrea Raises \$6.2m Pre-Series A Round, Rebrands ». *Disrupt Africa*, 11 janvier 022, <https://disrupt-africa.com/2022/01/11/ivory-coast-based-e-commerce-startup-afrikrea-raises-6-2m-pre-series-a-round-rebrands/>.
58. Paracha, Zubair Naeem. « Egypt's Brantu Raises Seven-Figure Series A for its Fashion Ecommerce Platform ». *MENABYTES*, 1er novembre 2020, www.menabytes.com/brantu-series-a/.
59. Brantu. « About Us: Brantu World ». *Brantu*, 2023, <http://www.brantu.world/>.
60. Compaoré, Erwan. « Burkina : Bientôt les costumes des agents judiciaires seront en faso dan fani ». *LeFaso.net*, 15 juin 2023, <https://lefaso.net/spip.php?article122219>. Consulté le 23 juin 2023.
61. Afrique du Sud, Département du commerce, de l'industrie et de la concurrence. « Clothing and Textile Competitiveness Programme (CTCP) ». DTIC, <https://www.ctfp.co.za/>.
62. Moroccan Denim and Fashion Cluster. « Le cluster de la mode au Maroc ». 2023, <https://mdfc.ma/>.
63. Benabdellah, Yahya. « Dayem Morocco, la vision de l'AMITH pour redonner au textile sa place internationale ». *Medias 24*, 1er décembre 2021, <https://medias24.com/2021/12/01/dayem-morocco-la-vision-de-lamith-pour-redonner-au-textile-sa-place-internationale/>.
64. Oxford Business Group. « Tunisia's government turns to the textiles sector to boost rural employment and drive economic change ». 2019, <https://oxfordbusinessgroup.com/reports/tunisia/2019-report/economy/trend-patterns-growth-opportunities-exist-for-textiles-in-diversified-source-markets-sustainable-fashion-and-innovative-fabrics>.
65. Banque africaine de développement (BAD). « Building Africa's Manufacturing Strength in the Textile and Clothing Sector ». Groupe de la Banque africaine de développement, 31 janvier 2019, <https://blogs.afdb.org/industrialisation-and-trade-corner/post/building-africas-manufacturing-strength-in-the-textile-and-clothing-sector-18953>.
66. Oxford Business Group. « Industry and Retail ». The Report: Ghana 2019, 2019, <https://oxfordbusinessgroup.com/reports/ghana/2019-report>.
67. Banque africaine de développement (BAD). « Report on the Feasibility Study for the Development of the Online Fashionomics Platform ». *Groupe de la Banque africaine de développement*, 2019, www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/Final_Report_AFDB_Fashionomics_-Investing_in_the_African_Creative_Industries_for_the_Continent_s_Inclusive_Growth.pdf.
68. États-Unis d'Amérique, Agence pour le développement international (USAID). « African Apparel Sector: Stitching Africa into the Global Value Chain ». *USAID Africa Bureau Office of Sustainable Development*, 2014, https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00TCSV.pdf.
69. Culture and Development East Africa. « Fashion E-Learning Portal ». CDEA, 2023, <https://www.cdea.or.tz/>.
70. Chambre africaine de commerce et d'industrie. « FICOTA African Fashion Project ». *African Chamber of Trade and Commerce Program for the Transformation of Cotton in Africa*, 2021, <http://www.ficota.org/afp>.
71. Ethical Fashion Initiative. ITC Ethical Fashion Initiative, 2023, <https://ethicalfashioninitiative.org/>.



A vertical photograph on the left side of the page showing a fashion show. Two models are visible on a runway; one in the foreground wears a vibrant green and red patterned dress, and another behind her wears a dark blue or black outfit. The background is dark with some blue stage lighting.

2

Défis transversaux entravant la croissance du secteur de la mode en Afrique

En dépit de l'énorme potentiel du secteur de la mode sur le continent africain et des progrès remarquables réalisés ces dernières années, comme souligné au précédent chapitre, de nombreux défis transversaux freinent la capacité du secteur de tirer parti de ses avantages comparatifs existants.

Les parties prenantes de l'industrie interrogées dans le cadre du présent rapport ont identifié les principaux problèmes entravant leur activité, et plus généralement le développement du secteur de la mode en Afrique. La grande majorité d'entre eux ont cité le manque d'investissements publics et privés comme le défi le plus important auquel le secteur est actuellement confronté, suivi par le manque de possibilités d'éducation formelle et le coût et la disponibilité des textiles locaux (figure 2). Ces préoccupations sont les symptômes de failles systémiques plus larges ou de barrières structurelles qui entravent le secteur de la mode en Afrique, auxquelles il convient de s'attaquer pour permettre au secteur d'atteindre son plein potentiel.

Dans le cadre du présent rapport, cinq de ces obstacles structurels majeurs sont examinés, à savoir :

- la mosaïque de politiques de soutien actuellement en place dans la plupart des pays ;
- la mise en œuvre insuffisante des droits de propriété intellectuelle dans le secteur de la mode ;
- les lacunes dans l'éducation et la formation aux métiers de la mode ;
- le manque d'investissements structurés et d'infrastructures ;
- les défis spécifiques du marché et les préoccupations environnementales.

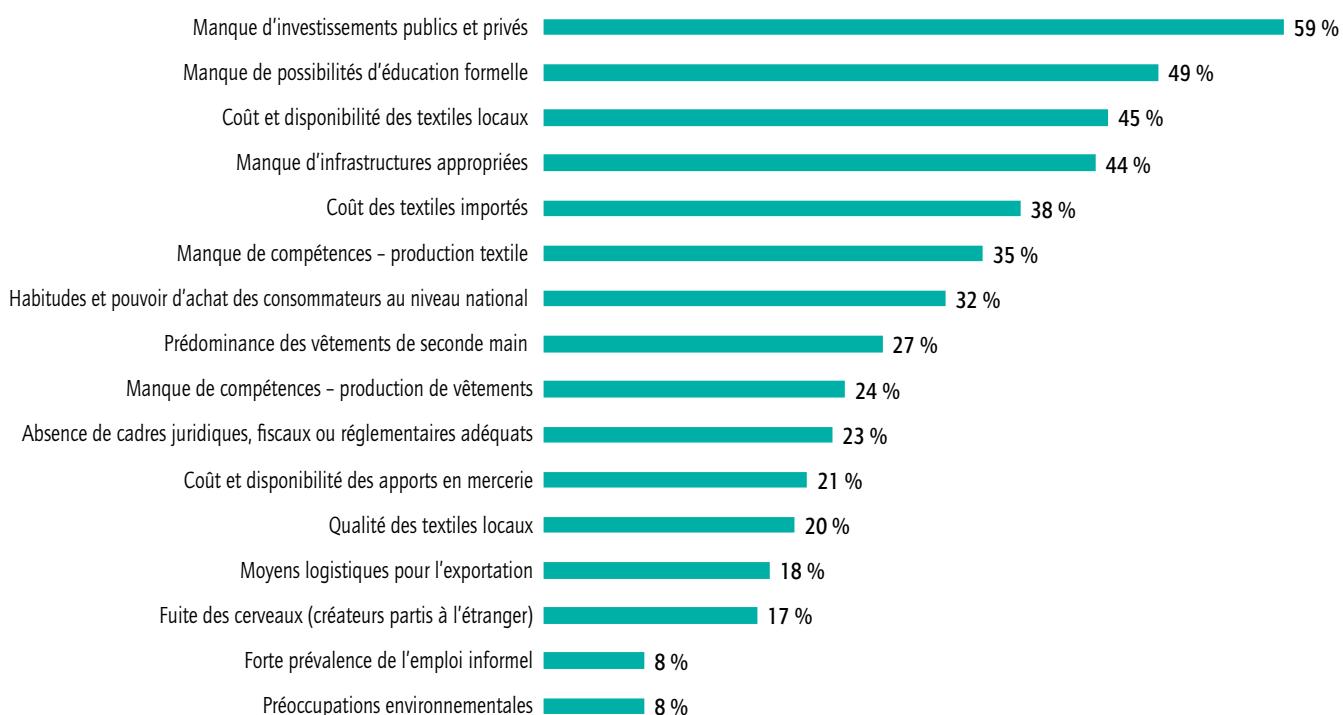
Ces grands obstacles affectent tout l'écosystème de la mode et représentent chacun un domaine clé pour une intervention politique ciblée. Ils reflètent le large éventail de défis quotidiens auxquels sont confrontés les parties prenantes du secteur sur le terrain, présentés dans la figure 2.

UNE MOSAÏQUE DE POLITIQUES ET MESURES À TRAVERS LE CONTINENT

Malgré l'intérêt croissant des gouvernements africains, des institutions financières et des organisations non gouvernementales pour le secteur de la mode, comme illustré dans le chapitre précédent, l'ensemble des politiques et mesures actuellement mises en œuvre sur le continent comportent encore des lacunes importantes. Au niveau national, il est courant que les différents maillons de la chaîne de valeur du secteur soient sous la responsabilité de différents ministères qui ne travaillent généralement pas ensemble. En effet, la croissance de certains segments du secteur de la mode, en particulier le textile et l'habillement, nécessite une industrialisation, ce qui implique la création d'usines, la mécanisation, l'emploi de masse sur un seul site de production et la promotion du commerce transfrontalier.

Figure 2

Perception par les professionnels de la mode en Afrique des principales contraintes au développement du secteur de la mode au niveau national



Ces activités sont souvent du ressort des ministères en charge de l'industrie et du commerce, comme c'est le cas, par exemple, en Égypte, au Kenya, à Madagascar, au Maroc, à Maurice et en Tunisie. Les ministères en charge de la culture dans des pays comme le Botswana, le Cabo Verde, l'Éthiopie, la Namibie et les Seychelles ont tendance à intervenir principalement dans les domaines du secteur de la mode qui sont liés au patrimoine et à la création, mais pas dans les autres composantes de l'écosystème.

Cette fragmentation du secteur entre différents portefeuilles ministériels conduit souvent à l'élaboration de politiques qui sont, au mieux, non coordonnées, et, dans le pire des cas, contradictoires. Si les accords commerciaux internationaux négociés ont amélioré l'accès au marché pour des produits africains comme le coton brut, ils ont également ouvert la porte à l'importation de textiles et de vêtements (neufs et d'occasion) bon marché, qui inondent les marchés du textile et de l'habillement dans plusieurs pays d'Afrique et étouffent la production domestique. En outre, les efforts gouvernementaux visant à stimuler les segments de l'écosystème qui génèrent beaucoup d'emplois mais ajoutent peu de valeur aux produits finaux, tels que la coupe, l'assemblage et la finition, conduisent souvent à la marginalisation des segments culturels et créatifs de la chaîne de valeur (conception, marketing, branding), qui présentent le plus grand potentiel pour la création de valeur durable¹. Pourtant, en raison du degré élevé d'interdépendance entre les différentes étapes de la chaîne de valeur de la mode, il est impossible de comprendre et de relever les défis auxquels sont confrontés les stylistes et les créateurs de mode africains si l'on ne considère pas l'ensemble de l'écosystème d'une manière holistique et intégrée. Un autre obstacle à l'élaboration de politiques fondées sur des données probantes est le manque de données et de statistiques solides sur le secteur de la mode en Afrique. Si ce manque est présent sur l'ensemble du continent, il est particulièrement prononcé dans certaines zones géographiques, notamment dans de grandes parties de

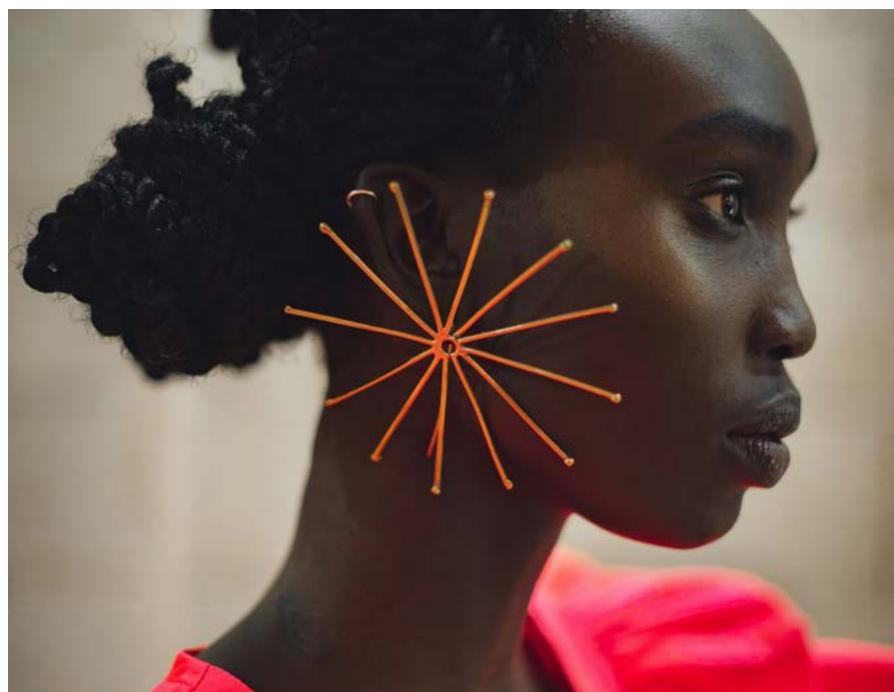
l'Afrique centrale et de l'Afrique de l'Est, ainsi que dans les pays où la mode relève en grande partie de l'économie informelle.

Même lorsque des organismes spécifiques sont créés ou financés par les gouvernements pour soutenir le secteur de la mode au niveau national, comme c'est le cas du Conseil de la mode d'Afrique du Sud, qui est financé par le Ministère du commerce et de l'industrie, leur capacité à concevoir et à mettre en œuvre des politiques pour l'ensemble de l'écosystème reste souvent limitée. En outre, le manque de cohérence dans l'application et la mise en œuvre des

politiques existantes, qui résulte souvent d'un manque de ressources ou de coordination entre les différentes agences gouvernementales, nuit à leur efficacité et peut créer un environnement commercial incertain pour les entrepreneurs du secteur de la mode, dissuadant en fin de compte les investissements locaux et étrangers, et entravant la croissance. Ainsi, la Côte d'Ivoire avait élaboré une stratégie pour le développement de son industrie textile en 2012, mais les discussions concrètes sur sa mise en œuvre n'ont commencé qu'en 2021, soit 10 ans plus tard.

Encadré 8 • Les conseils de la mode en Afrique

Des conseils nationaux de la mode ont été créés dans plusieurs pays et villes du continent africain, notamment en Afrique du Sud, en Égypte, au Kenya, en Namibie et au Nigéria. Il s'agit en général de groupes spécialisés multipartites à but non lucratif, dirigés par la société civile ou des acteurs de l'industrie, qui visent à influencer le développement de politiques en faveur de l'industrie de la mode, à contribuer à l'établissement de partenariats nationaux et internationaux et à stimuler l'apprentissage par les pairs et l'échange de connaissances. Ils proposent des master classes, organisent des expositions ou des événements, fournissent des conseils commerciaux et juridiques et créent des opportunités de mise en réseau pour leurs membres. Bien que certains soient financés par l'État, il s'agit généralement d'organismes totalement indépendants. Parce qu'ils ont une vue d'ensemble de l'industrie de la mode au niveau national, ces conseils de la mode peuvent jouer le rôle d'organes consultatifs auprès des ministères et des organismes publics travaillant au développement du secteur.



© oddAOMO – Dr Sophia Oromo / Quentin Alexander

À l'heure actuelle, la plupart des pays africains ne disposent pas de politiques ou de stratégies globales pour guider le développement du secteur de la mode. Dans les pays où celui-ci relève des ministères chargés de la culture et non du commerce, les données relatives au PIB ne sont généralement pas collectées de manière active, ce qui peut conduire d'autres organismes publics à négliger ce secteur. Des données fiables et ventilées par sexe sur le travail dans le secteur font également défaut, en particulier dans les contextes où l'économie informelle occupe une place importante. Il est donc nécessaire de soutenir la collecte de données et la recherche par un renforcement des capacités des départements gouvernementaux concernés, d'investir dans des recherches efficaces, des approches à base d'indicateurs et des outils d'analyse statistique, et de faciliter la diffusion des données et le partage des bonnes pratiques à travers le continent.

LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DANS LES CHAÎNES DE VALEUR DES SECTEURS DU TEXTILE ET DE LA MODE

De nombreux stylistes africains ont du mal à protéger leurs créations en tant que biens créatifs, comme le sont les œuvres musicales ou littéraires. Le problème est double : tout d'abord, de nombreux organismes nationaux de propriété intellectuelle sont confrontés à des défis liés à des capacités de mise en œuvre limitées. Par ailleurs, les jeunes créateurs de mode qui manquent de formation formelle ou de soutien administratif font souvent face à d'immenses difficultés d'ordre logistique et financières pour faire enregistrer un dessin, un nom, un brevet ou une marque. Il en résulte que de nombreux créateurs voient leur travail réutilisé, copié ou contrefait

sans aucune compensation financière ou reconnaissance. La dépendance croissante du secteur de la mode à l'égard des technologies numériques et l'apparition d'outils tels que l'intelligence artificielle générative posent de nouveaux défis en matière de droits de propriété intellectuelle. Les dessins et modèles peuvent être partagés et diffusés très rapidement, notamment par l'intermédiaire des réseaux sociaux, et les créateurs peuvent facilement perdre le contrôle de leur bien immatériel le plus précieux : leur vision créative.

Deux organismes de propriété intellectuelle existent au niveau continental : l'**Organisation régionale africaine de la propriété intellectuelle (ARIPO)** et l'**Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI)**. L'ARIPO est une organisation intergouvernementale qui facilite la coopération entre les États membres en matière de propriété intellectuelle, dans le but de mobiliser des ressources financières et humaines et de rechercher des avancées technologiques pour le développement économique, social, technologique, scientifique et industriel. L'OAPI, qui regroupe la majorité des pays africains francophones, a été créée en 1977 par l'Accord de Bangui dans le but de favoriser la coopération entre les États membres et le partage d'objectifs communs en matière de propriété intellectuelle. Bien que ces deux organismes jouent un rôle crucial dans l'harmonisation et la facilitation de la protection de la propriété intellectuelle dans plusieurs pays, ils sont confrontés à plusieurs défis qui ont une incidence sur leur efficacité et leur capacité à servir les États membres, notamment les capacités de mise en œuvre inégales de chaque État et le manque de coordination avec les offices nationaux de la propriété intellectuelle. Certains outils, tels que le Protocole de Swakopmund de l'ARIPO sur la protection des savoirs traditionnels et des expressions du folklore, qui permet aux États membres de protéger leurs savoirs traditionnels et leurs expressions culturelles et d'en tirer profit, peuvent être utilisés pour lutter contre les problèmes d'appropriation culturelle ou d'utilisation abusive, mais n'ont pas encore été pleinement déployés dans le secteur de la mode.



© Sunny Dolat and Babu Ogisi - collection IAMISIGO AW20 / Maganga Mwagogo

Alors que le **Protocole de la ZLECAF sur les droits de propriété intellectuelle**, adopté par l'Assemblée des chefs d'État et de gouvernement de l'Union africaine le 19 février 2023, devrait permettre un enregistrement unique de la propriété intellectuelle pour l'ensemble du continent, l'espace de la propriété intellectuelle en Afrique reste considérablement fragmenté, avec une pléthore d'initiatives et d'instruments aux niveaux régional et continental. Il faudrait notamment mieux préciser le rôle et le mandat de l'Office de la propriété intellectuelle de la ZLECAF (article 31), ainsi que ses liens avec les organisations régionales de propriété intellectuelle existantes, l'ARIPO et l'OAPI. Il s'agit là d'un obstacle majeur à la mise en œuvre du Protocole de la ZLECAF, qui pourrait compromettre la capacité des créateurs de mode africains à tirer profit de leurs créations dans le cadre d'une approche panafricaine, et donc la possibilité de développer pleinement l'économie créative sur le continent².

La question de l'authenticité et de l'appropriation est une préoccupation constante au niveau national, notamment face à l'expansion commerciale de certains imprimés, motifs ou techniques. Sans une protection adéquate, les textiles traditionnels risquent d'être considérés comme des tissus africains génériques, ce qui diluerait leur importance socioculturelle et historique et entraînerait une perte de revenus potentiels pour les communautés dont ils sont issus. Les textiles traditionnels sont notamment souvent copiés et produits à moindre coût à l'étranger, ce qui crée une concurrence déloyale et érode la part de marché des producteurs traditionnels.

Plusieurs initiatives locales ont été lancées ces dernières années pour protéger officiellement les créations africaines de l'exploitation et l'appropriation culturelles, et pour s'assurer que les créateurs et les artisans tirent pleinement profit de leur travail. Ces initiatives vont de la création d'entités juridiques spécifiques à la mise en place de labels d'indication géographique.

Il existe quelques exemples d'artisanats d'art, de motifs traditionnels et de textiles africains qui sont protégés par des labels d'indication géographique, comme les

chapeaux de Saponé du Burkina Faso, ou le **tissu kenté-oké**, un hybride de deux tissus royaux d'Afrique de l'Ouest : le **kenté** du Ghana et l'**aso-oké** du Nigéria. Le **tissu baoulé** de Côte d'Ivoire est également en passe d'obtenir la protection de l'indication géographique. Un dossier similaire a récemment été présenté pour protéger les **textiles kenté du Ghana** au moyen d'indicateurs géographiques destinés à compléter la loi sur le droit d'auteur de 2005 (loi 690), afin de résoudre le problème de la production de textiles à l'étranger par des tiers. Les chercheurs estiment qu'entre 1994 et 2011, les exportations ghanéennes de kenté et d'autres textiles traditionnels ont chuté de 30 %, passant de 179,7 millions de dollars des États-Unis à 55,3 millions, notamment en raison de la production en masse de copies moins chères à l'étranger³. La protection de ce textile permettrait de reconnaître officiellement sa valeur en tant que bien culturel qui ne peut être produit qu'au point de rencontre d'un lieu, d'une communauté et d'une tradition spécifiques. En Namibie, les **bijoux ekipa en ivoire** sont protégés par la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction et nécessitent un permis d'exportation. Malgré des progrès récents, de telles protections sont rares et peu répandues. Dans la plupart des cas, les textiles traditionnels, les formes d'habillement ou les designs de mode ne bénéficient d'aucune protection officielle de la propriété intellectuelle, ce qui entraîne des pertes de revenus importantes non seulement pour les créateurs individuels, mais aussi pour des communautés entières.

DES POSSIBITÉS DE FORMATION ET D'ÉDUCATION INSUFFISANTES

L'un des principaux obstacles à la croissance du secteur de la mode africaine est l'insuffisance des opportunités de formation et d'éducation actuellement disponibles sur le continent. La formation aux métiers de la mode en Afrique est diversifiée, allant de possibilités d'apprentissage informel aux programmes d'enseignement formels dans les domaines du stylisme, de la production textile, du marketing et de l'entrepreneuriat. Certains pays, en particulier ceux qui possèdent des hubs et des industries de la mode dynamiques, disposent d'écoles et d'instituts bien établis qui dispensent un enseignement et une formation de grande qualité. Ces établissements jouent un rôle essentiel dans la formation des talents et la promotion de la créativité dans la région. Selon une étude réalisée en 2021 par le **Conseil pour l'enseignement international de la mode africaine** (Council for International African Fashion Education – CIAFE), il existe en Afrique plus de 500 centres de formation à la mode, publics et privés, les plus nombreux se trouvant en Afrique de l'Ouest, suivis de l'Afrique australe. Bien que certains de ces établissements indiquent sur leurs sites Internet qu'ils délivrent une attestation de participation après la formation, il est impossible de vérifier s'il s'agit d'attestations certifiées. D'autres écoles proposent des cours de licence et de master, avec les diplômes correspondants⁴.

Encadré 9 • L'Initiative pour la propriété intellectuelle maasaï

Les Maasaï du Kenya et de la République-Unie de Tanzanie sont parvenus à contrôler l'utilisation de leurs produits culturels par les utilisateurs commerciaux grâce à l'**Initiative pour la propriété intellectuelle maasaï** (MIPI). Le MIPI s'appuie sur une assemblée de doyens de la tribu formés aux questions de propriété intellectuelle, qui agit en tant qu'organe juridique et négocie avec les entreprises par l'intermédiaire d'un agent de licence. Avant sa création, on estime que plus d'un millier d'entreprises dans le monde utilisaient le tissu maasaï sans que la communauté n'en tire aucun bénéfice. Désormais, le MIPI travaille avec des entreprises internationales pour générer des revenus durables, qui sont réinvestis dans des projets qui soutiennent la réalisation des objectifs de développement durable des Nations Unies pour les 3 millions de Kényans et Tanzaniens appartenant à la tribu maasaï⁵.

“

Enseigner la mode en Afrique, ce n'est pas juste traiter des aspects pratiques comme la conception ou la réalisation de vêtements. Il y a tellement d'éléments qu'il convient de mettre en avant, d'expliquer et d'explorer, parce que la mode en Afrique est très différente de ce qu'elle est partout ailleurs, en Europe ou en Amérique du Nord.

Frederica Brooksworth

Directrice générale du CIAFE

La présence de programmes de formation agréés est étroitement liée au dynamisme du secteur de la mode dans le pays : la plupart des pays ayant des semaines de la mode bien établies disposent également de programmes de formation agréés dans le domaine de la mode. Rien qu'au Nigéria, il existe plus de 80 établissements proposant des cours de stylisme, et un expert de l'industrie en Afrique du Sud consulté pour ce rapport estime qu'il existe 30 établissements d'enseignement post-secondaire dispensant des formations dans le domaine de la mode en Afrique du Sud. Au Ghana, il existe plus de 100 centres de formation aux métiers de la mode, mais seules huit écoles ont des accréditations reconnues et clairement indiquées sur leur site internet⁶. Le manque de programmes de formation dans les pays où le secteur de la mode est moins développé crée un cercle vicieux, ce qui nuit considérablement à sa croissance.

Cependant, même lorsqu'il existe des programmes de formation aux métiers de la mode, leurs cursus ne sont pas nécessairement compétitifs au niveau international. Le risque existe que certaines techniques, en particulier dans les écoles non accréditées qui ne sont pas soumises à un contrôle, ne soient pas adaptées aux besoins du secteur et ne répondent pas aux normes de l'industrie. En outre, la plupart des programmes existants se concentrent principalement sur les composantes créatives du stylisme, négligeant d'autres domaines essentiels tels que le contrôle de la qualité, la technologie de la mode, le commerce et l'entrepreneuriat, le droit commercial et les droits d'auteur, qui sont essentiels pour que les jeunes créateurs puissent acquérir les connaissances nécessaires pour protéger leurs créations et développer leurs entreprises⁷. Ainsi, de jeunes diplômés talentueux intègrent souvent le secteur sans disposer des compétences et des connaissances nécessaires pour réussir.

L'accès à l'éducation dans le secteur de la mode en Afrique reste marqué par un écart important entre les hommes et les femmes. Pour remédier à ces inégalités, des organisations telles que la Fondation de la mode africaine (Africa Fashion Foundation - AFF)



© Taibabar photographed by Luke Kitchin

s'efforcent de combler cette exclusion par le biais de programmes tels que **Kayaye**, qui travaille avec des jeunes femmes issues de milieux défavorisés, ou la **bourse Roberta Annan**, qui finance des études supérieures dans le domaine de la mode. En raison des difficultés d'accès à l'éducation, les femmes entrepreneures dans le secteur du stylisme et de mode peuvent souffrir d'un manque de compétences ou de connaissances adéquates concernant, par exemple, les réglementations commerciales, les certificats et licences requis pour l'exportation et l'importation, ou les directives et les protocoles à suivre en matière de qualité, de normes et d'autorisations.

Certaines lacunes ont été comblées par des espaces alternatifs, tels que des hubs, des incubateurs, ou des accélérateurs, qui offrent une formation non formelle aux jeunes stylistes et créateurs. L'apprentissage informel et la formation continue n'en demeurent pas moins la norme sur le continent africain pour acquérir des compétences en couture telles que le patronage, la coupe, le piquage ou la finition. Un nombre croissant de micros, petites, moyennes entreprises (MPME) du secteur de la mode offrent aux tailleurs locaux des possibilités de transition vers un emploi formel, où ils peuvent transmettre des savoir-faire

artisanaux traditionnels tout en s'initiant à de nouvelles techniques et aux modèles contemporains. Traditionnellement, ces MPME s'appuient fortement sur des équipements de couture de base, ce qui limite la capacité des tailleurs locaux à développer leurs activités, ainsi que leur pouvoir de négociation pour obtenir des prix plus élevés pour leur travail. En outre, bien que ces tailleurs puissent être très compétents dans le domaine de la couture traditionnelle, nombre d'entre eux ne sont pas suffisamment formés aux processus de finition des vêtements, tels que le traitement et plissage du tissu, ou la finition des coutures, qui nécessitent souvent des équipements spécialisés⁸.

Il s'agit là d'un défi majeur pour l'expansion du marché, car la finition des vêtements est une étape cruciale pour garantir que l'article fini puisse satisfaire les exigences de contrôle de la qualité, et ensuite être vendu dans des magasins de détail agréés, voire même sur le marché international.

Dans l'ensemble, il est clair que l'enseignement de la mode en Afrique a besoin d'une plus grande rationalisation et de régulations supplémentaires pour garantir une professionnalisation efficace du secteur. Cependant, la formation et le perfectionnement restent un problème constant, en particulier dans le domaine de l'entrepreneuriat.

LE MANQUE D'INVESTISSEMENTS STRUCTURÉS ET D'INFRASTRUCTURES

Selon les parties prenantes de l'industrie interrogées dans le cadre de la présente étude, le manque d'investissements publics et privés et le problème connexe de l'insuffisance des infrastructures figurent parmi les principaux défis qui freinent le développement du secteur de la mode.

L'industrie de la mode nécessite des capitaux importants, et des investissements initiaux doivent être réalisés pour favoriser le développement des produits, le marketing et la création des marques, l'expansion des capacités de production et l'accès aux nouveaux marchés. En l'absence de canaux d'investissement structurés, les entrepreneurs et les entreprises de mode ont du mal à obtenir le financement nécessaire pour réaliser leurs ambitions, ce qui les empêche de développer leurs activités et d'atteindre leur plein potentiel. Le manque de possibilités de financement entrave également l'innovation. En effet, les faibles investissements pour la recherche et le développement ne permettent pas aux créateurs d'expérimenter de nouveaux matériaux, de nouvelles technologies et de nouvelles pratiques durables. Mais surtout, cela empêche les marques d'augmenter leur production et de devenir plus compétitives sur la scène mondiale. Ce problème affecte de manière disproportionnée les femmes entrepreneures du secteur de la mode, qui sont plus susceptibles de s'exclure d'elles-mêmes du marché du crédit existant, en raison de perception de leur faible solvabilité. En 2017, la Banque mondiale a indiqué que seulement 37 % des femmes possédaient un compte bancaire en Afrique subsaharienne, contre 48 % des hommes, et que l'écart entre les genres en matière d'accès au financement était de 18 % en Afrique du Nord – le plus important au monde¹⁰.

Encadré 10 • Hubs et incubateurs

Un écosystème florissant de hubs et d'incubateurs s'est développé pour relever les défis de l'éducation dans le secteur de la mode en Afrique. Le **Creative DNA** du British Council, au Kenya, offre un soutien à l'entrepreneuriat sous la forme d'une formation à l'entreprise créative et d'un incubateur de six semaines pour des projets liés au secteur de la mode. Des initiatives plus ponctuelles, utilisant principalement les plateformes de médias sociaux, ont également vu le jour ces dernières années. Le styliste Adebayo Oke-Lawal basé à Lagos, par exemple, a créé **Orange Culture**, où les jeunes créatifs ont la possibilité d'échanger des connaissances, de trouver de l'inspiration et de bénéficier de mentorat par le biais de sessions Instagram Live. La formation et l'éducation dans le domaine de la mode ont également bénéficié de la transition numérique, bien que des programmes en ligne entièrement accrédités et adaptés au contexte africain n'aient pas encore vu le jour. L'Institut de recherche sur la mode africaine (**African Fashion Research Institute - AFRI**), avec d'autres partenaires dont l'**Académie de stylisme et de photographie Stellenbosch** en Afrique du Sud, l'**Académie royale de Londres**, l'**École internationale de publicité et de design d'Accra** et l'**AMD Académie Mode & Design** de Berlin, a été à l'avant-garde du développement de cours, de programmes et d'ateliers en ligne pour les créateurs et les professionnels de la mode africains⁹.

Quelques programmes s'efforcent de remédier à ce déséquilibre entre les genres, notamment « l'**Initiative pour favoriser l'accès des femmes au financement en Afrique (AFAWA)** » de la Banque africaine de développement, qui facilite l'accès des femmes au financement et renforce les capacités et les connaissances financières des entrepreneures sur l'ensemble du continent. Il reste cependant beaucoup à faire pour faciliter l'accès à l'investissement des entreprises de mode détenues par des femmes.

Le manque d'opportunités de financement structuré pour le secteur de la mode en Afrique va de pair avec l'insuffisance des infrastructures, qui constitue un obstacle majeur à la croissance et à l'intégration verticale de la chaîne de valeur de la mode. En ce qui concerne la production de fibres, le continent subit une perte constante et significative de la valeur économique potentielle des récoltes, en raison du manque d'infrastructures adéquates pour transformer localement les matières premières. Seul 2 à 3 % du coton africain cultivé sur le continent y est transformé, ce qui constraint le continent à être un exportateur de ressources naturelles plutôt que de produits transformés et de haute valeur.

De plus, cette situation crée une dépendance à l'égard de matières étrangères importées telles que les textiles et les fils, qui sont soumises à l'inflation et à la fluctuation des prix. La dépendance à l'égard des textiles importés limite le développement du secteur de la mode en Afrique en raison des coûts et des délais de production supplémentaires qui en résultent. En dehors des fibres et des textiles, le manque d'installations de fabrication modernes et bien équipées entrave également le domaine de l'habillement. De nombreuses entreprises de mode font face à des machines obsolètes et à une automatisation limitée, ce qui se traduit par une capacité de production réduite, des délais d'exécution plus longs et une diminution de la rentabilité. Même dans des pays comme Maurice ou la Tunisie, qui ont développé des installations de fabrication pour soutenir la production de vêtements à grande

échelle pour des marques internationales ou étrangères, ces équipements ne sont généralement pas disponibles ni utilisés par des marques ou entreprises africaines produisant des vêtements prêt-à-porter. Dans de nombreux pays, le coût élevé de l'électricité rend l'industrialisation de la production onéreuse et limite la compétitivité des textiles, des vêtements et même des produits de maroquinerie. Sur le marché de la vente au détail de produits de luxe, l'absence de centres

commerciaux modernes, de galeries marchandes ou de boutiques, ainsi que le manque de fiabilité des transports publics, limitent la distribution d'articles et d'accessoires de haute couture. De nombreux créateurs de haute couture opèrent à partir de petits points de vente ou d'ateliers dans les banlieues des grandes villes africaines, mais le manque d'espaces de vente au détail organisés pèse sur la visibilité et la portée des marques sur un marché concurrentiel.

Encadré 11 • Le déficit commercial des secteurs du textile, de l'habillement et de la chaussure en Afrique

Le continent africain exporte chaque année pour 15,5 milliards de dollars des États-Unis de textiles, de vêtements et de chaussures, mais importe pour 23,1 milliards de dollars de ces produits, soit un déficit commercial de 7,6 milliards de dollars¹¹. Les principaux exportateurs sont l'Égypte, le Maroc et la Tunisie, avec des exportations d'une valeur de 3,3 milliards de dollars des États-Unis, 3,1 milliards et 2,8 milliards respectivement¹². Cependant, l'Eswatini, Maurice et la Tunisie sont les seuls pays qui enregistrent un excédent commercial clair pour leurs secteurs de la mode (définis comme le textile, l'habillement et les chaussures), tandis que le Maroc accuse un très léger déficit commercial. La Gambie, le Sénégal et le Togo, malgré des déficits commerciaux importants dans le textile et l'habillement, ont des exportations de chaussures dont la valeur est plus de deux fois supérieure à celle des importations.



© Ramses Wissa Wassef art centre - Egypt / Mona Seliem

DÉFIS SPÉCIFIQUES DU MARCHÉ ET PRÉOCCUPATIONS ENVIRONNEMENTALES

À l'échelle mondiale, la mode est désormais entrée dans le **top 10 des industries les plus polluantes au monde**, avec les secteurs de l'énergie et des transports. Chaque maillon de la chaîne de valeur de la mode a une empreinte carbone élevée et un impact négatif sur l'environnement, y compris en Afrique. La prédominance de la « fast fashion » (mode rapide ou éphémère), en particulier, a alimenté des modèles de consommation non durables basés sur la pratique « acheter, utiliser, jeter » qui génère des quantités massives de déchets qui sont ensuite exportés vers certains pays du Sud. De fait, l'Afrique est considérée comme faisant partie du système mondial de gestion des déchets vestimentaires¹³. Si de nombreux défis sont communs à l'ensemble de l'industrie de la mode à travers le monde, comme la perte de biodiversité, les émissions de carbone et les eaux usées, certains problèmes sont propres au continent africain, comme la gestion de **grandes quantités de vêtements de seconde main importés**, un problème particulièrement pernicieux qui a des effets néfastes à la fois sur l'environnement et sur le secteur local du textile et de l'habillement en Afrique¹⁴.

En 2019, l'Afrique représentait près d'**un tiers des importations mondiales de vêtements de seconde main**, estimées à 5 milliards de dollars des États-Unis, et environ **80 % de la population africaine porte des vêtements de seconde main**, principalement importés des États-Unis, d'Europe, d'Inde et du Pakistan¹⁵. L'Afrique de l'Est importe environ 12,5 % du marché mondial total des vêtements d'occasion¹⁶, et ce secteur emploie 355 000 personnes dans la région¹⁷. En Afrique de l'Ouest, le Ghana fait preuve également d'une grande dépendance à l'égard des vêtements de seconde main, et l'on estime à 15 millions le nombre de vêtements usagés entrant



© Masa Mara

chaque semaine sur le marché à Accra¹⁸. À Kinshasa, en République démocratique du Congo, on estime que 6 % des déchets sont composés de textiles, provenant à la fois de vêtements de seconde main et de coupes de tailleur sur mesure. Si les marchés de l'habillement de seconde main créent des revenus, des opportunités d'emploi et des moyens de subsistance pour de nombreuses personnes, on estime

que **40 % des vêtements d'occasion importés en Afrique sont jetés dans des décharges**, ce qui pose des problèmes environnementaux importants, couplés à une absence générale de systèmes de gestion efficace des déchets¹⁹.

Il est indéniable que ce système n'est pas viable du point de vue de la gestion des déchets, en raison des volumes considérables de vêtements de seconde main importés dans les pays africains.

Ces importations ont également des effets néfastes sur les industries nationales du textile et de l'habillement en Afrique, car elles inondent le marché de produits bon marché et de qualité souvent médiocre, qui représentent une **concurrence déloyale pour les producteurs nationaux de vêtements**, qui ne peuvent pas rivaliser avec leurs prix extrêmement bas et leurs quantités sans cesse croissantes. Les vêtements de seconde main contribuent à la **distorsion du marché** et découragent les investissements dans la production locale, ce qui limite la croissance et la compétitivité des producteurs nationaux. Cette dynamique de marché perpétue également la **dépendance à l'égard des produits étrangers** en Afrique au détriment de l'autosuffisance du continent, et entrave le développement d'un solide écosystème national de la mode et du textile, avec tous les avantages sociaux et économiques qui pourraient en découler. En 2016, les pays d'Afrique de l'Est, dont le Burundi, le Kenya, l'Ouganda, le Rwanda et la République-Unie de Tanzanie, avaient prévu d'éliminer progressivement le commerce des vêtements d'occasion d'ici à 2019, mais seul le Rwanda a mis en œuvre ce plan en introduisant des taxes élevées sur les importations de vêtements de seconde main afin d'en décourager le commerce²⁰. Ces efforts se sont heurtés à une forte résistance de la part des grands pays exportateurs, qui ont pris des mesures de rétorsion, notamment en suspendant les priviléges d'exportation en franchise de droits. Des progrès ont été réalisés récemment grâce aux ministres africains du commerce, qui ont adopté, le 1^{er} juin 2023, des **règles d'origine pour l'industrie du textile et de l'habillement**, qui empêchent le commerce de vêtements de seconde main sur le continent dans le cadre des préférences de la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAF)²¹. En vertu de ces règles, un pays peut accepter l'importation de vêtements d'occasion, mais ne pourra pas les exporter vers d'autres pays africains sans devoir payer des droits de douane.

Encadré 12 • Recycler et réutiliser : une nouvelle vie pour les vêtements de seconde main

La prévalence des vêtements de seconde main a eu des effets surprenants en façonnant le paysage de la mode et en favorisant les innovations stylistiques sur le continent africain. Malgré les défis multiples posés par ce commerce, il serait trop simpliste de le considérer uniquement comme un phénomène générant des déchets indésirables. Le commerce des vêtements usagés a acquis une valeur culturelle et socioéconomique importante pour de nombreux entrepreneurs qui voient le potentiel de transformation du recyclage et de la réutilisation des articles vestimentaires usagés²². Des tailleurs et des couturières travaillant sur les marchés en plein air ou à leur domicile aux stylistes en herbe qui étudient dans les écoles de mode, les vêtements de seconde main retrouvent une nouvelle vie en étant redessinés et modifiés de manière créative pour créer de nouveaux vêtements et accessoires à la pointe de la mode. Mohamed Awale, fondateur de la marque d'accessoires branchés *Suave Studios*, est un exemple de la manière dont les créateurs africains réagissent et capitalisent sur ces sources facilement disponibles de vêtements usagés²³. Awale trouve son inspiration à Gikomba, un gigantesque marché en plein air de vêtements d'occasion à Nairobi, le plus grand du genre en Afrique de l'Est. Une armée de tailleurs locaux s'empare des tissus mis au rebut comme le denim, des vestes en cuir et des costumes importés de l'étranger, et les transforme habilement en une variété d'articles de mode abordables comme les sacs à dos, les sacs en bandoulière ou des articles plus petits comme les portefeuilles et les protège-passeports, destinés aux étudiants branchés et aux jeunes professionnels de Nairobi. Le succès de Suave Studios témoigne de la créativité et de l'ingéniosité des jeunes créateurs africains, qui adaptent les vêtements usagés importés aux sensibilités culturelles locales et attirent des consommateurs, de plus en plus nombreux, branchés, mais responsables.



© Selly Raby Kane

Mamkele Mene, Secrétaire général de la ZLECAF, a déclaré que la décision de restreindre le commerce des vêtements de seconde main était une étape décisive pour encourager la valorisation et l'industrialisation de la filière de la mode en Afrique. Cette décision est un pas dans la bonne direction, mais il reste beaucoup à faire pour garantir sa mise en œuvre complète.

En ce qui concerne les autres défis environnementaux associés au secteur de la mode, notamment les émissions de carbone et la pollution de l'eau, l'industrialisation de la mode dans de nombreux pays africains est encore à des niveaux si bas que l'on peut supposer qu'elle a pour le moment des effets limités. Toutefois, le secteur de la mode dans des pays comme l'Égypte, le Maroc,

Maurice et la Tunisie sont confrontés à des défis environnementaux similaires à ceux des marchés matures, et les acteurs de l'industrie se disent généralement conscients et soucieux de limiter les impacts environnementaux de leur secteur. En Égypte, la manière dont le changement climatique affectera les ressources hydriques du pays, essentielles pour continuer à cultiver le coton, est une source de préoccupation. Lors de la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques (COP-27) de 2022 à Charm el-Cheikh, le Ministère égyptien de l'environnement a présenté l'**initiative Green Fashion**, mise en place en 2018 pour contrer la mode rapide, et qui a employé 50 femmes pour produire plus de 60 000 pièces respectueuses de l'environnement depuis sa création²⁴.

Dans l'ensemble, cependant, les acteurs de l'industrie de la mode comme les gouvernements restent peu sensibilisés. Interrogés sur leurs préoccupations actuelles, les parties prenantes de l'industrie consultés dans le cadre du présent rapport ont classé les défis environnementaux à un niveau très bas (voir la figure 2), mais plusieurs d'entre eux ont néanmoins souligné la nécessité de surveiller l'impact de l'industrie une fois qu'elle aura pris de l'ampleur. En attendant, plusieurs acteurs prennent des mesures modestes pour limiter leur empreinte environnementale, notamment en récupérant les chutes de tissus pour les utiliser dans la confection de patchworks ou de vêtements pour enfants, afin d'éviter qu'elles ne soient mises en décharge ou brûlées.

NOTES

- England, Lauren et al. « Africa Fashion Futures: Creative economies, global networks and local development ». *Geography Compass*, vol. 15, n° 9, 25 août 2021, <https://doi.org/10.1111/gec3.12589>.
- Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique (CEA). « Deepening the AfCFTA: Celebrating the Adoption of New Protocols on Investment, Intellectual Property Rights and Competition Policy ». *Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique*, 16 mars 2023, www.uneca.org/stories/%28blog%29-deepening-the-afcfta-celebrating-the-adoption-of-new-protocols-on-investment%2C.
- Okyere, Michelle et Denoncourt, Janice. « Protecting Ghana's Intellectual Property Rights in Kente Textiles: The Case for Geographical Indications ». *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, vol. 16, n° 4-5, 2021, p. 415-426.
- Council for International African Fashion Education. *The State of Fashion Education in Africa in 2021*. CIAFE, 2021, <https://www.ciafe.org/reports>.
- Maasai Intellectual Property Initiative*. MIPI Trust, 2023, <https://maasaiintellectualpropertyinitiative.org/#about>.
- Council for International African Fashion Education. *The State of Fashion Education in Africa in 2021*. CIAFE, 2021, <https://www.ciafe.org/reports>.
- Council for International African Fashion Education (CIAFE). *What Should be Taught in Fashion Schools in Africa*. CIAFE, 2021, www.ciafe.org/_files/ugd/916976_1a348d8a66d44182b03f6fb86086be4.pdf.
- Council for International African Fashion Education (CIAFE). *What should be taught in fashion schools in Africa*. CIAFE, 2021, www.ciafe.org/_files/ugd/916976_1a348d8a66d44182b03f6fb86086be4.pdf.
- Jennings, Helen. « Meet the Change-Makers Putting African Fashion Education into Focus ». *Industrie Africa*, 16 Juillet 2021, <https://industrieafrica.com/blogs/imprint/report-business-of-african-fashion-industry-education-building-the-academic-curriculum-design-production-training-support>.

- Morsy, Hanan. « Access to Finance: Why Aren't Women Leaning In? Women are Self>Selecting Out of the Credit Market ». Fonds monétaire international (FMI), *Finance and Development*, 2020, p. 52-53, <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2020/03/africa-gender-gap-access-to-finance-morsy>.
- Données compilées à partir de la base de données World Integrated Trade Solutions de la Banque mondiale. Il convient de noter que les statistiques des différents pays portent sur des années différentes, allant de 2016 à 2020. Il convient également de noter que la définition du textile inclut le coton et la laine non cardés, ainsi que les fils de coton et de laine. Selon cette définition large, le Bénin, le Burkina Faso, le Cameroun, la Côte d'Ivoire et le Mali enregistrent des excédents commerciaux, principalement en raison de leurs exportations de coton brut. https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/DZA/Year/2017/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/50-63_TextCloth.
- Base de données World Integrated Trade Solutions de la Banque mondiale.
- Africa Blockchain Institute. « Textiles and Apparel Industry in the Context of the AfCFTA and the Ongoing Discussion on Rules of Origin ». *Medium*, 27 fév. 2023, <https://medium.com/@africablockchaininstitute/textiles-and-apparel-industry-in-the-context-of-the-afcfta-and-the-ongoing-discussion-on-rules-of-b958e8a5d57d>.
- www.fibre2fashion.com. « Second-Hand Clothing in Africa: Opportunities and Challenges ». Fibre2Fashion, https://static.fibre2fashion.com/articleresources/PdfFiles/94/Second-hand%20clothing%20in%20Africa%20Opportunities%20and%20challenges_9387.PDF.
- Kagina, Alice. « Five Things to Know as AfCFTA Bans Trade on Second-Hand Clothes ». *The New Times*, 2 juin 2023, www.newtimes.co.rw/article/7985/news/africa/afcfta-african-ministers-adopt-ban-on-trade-of-second-hand-clothes.
- Tranberg Hansen, Karen. « How used clothes became part of Africa's creative economy – and fashion sense ». *The Conversation*, 1^{er} août 2022, <https://theconversation.com/how-used-clothes-became-part-of-africas-creative-economy-and-fashion-sense-186575>.
- Einashe, Ismail. « Kenya Fashion: The Designers Giving Nairobi a Fashionable Name ». *BBC News*, 30 août 2022, www.bbc.com/news/world-africa-62556467.
- Mohamed, Yasmin. « Egypt to present sustainable fashion project at COP27 ». *Al Monitor*, 5 nov. 2022, www.al-monitor.com/originals/2022/11/egypt-present-sustainable-fashion-project-cop27.





3

Opportunités stratégiques de croissance

Les deux chapitres précédents ont montré que le secteur de la mode en Afrique déborde de potentiel et de talents, mais que malgré une demande soutenue et croissante pour ses produits, des problèmes structurels entravent son plein développement. Remédier à ces problèmes et tirer parti des avantages stratégiques offerts par le continent nécessite de mobiliser de multiples parties prenantes, notamment les gouvernements, les établissements d'enseignement, la société civile et le secteur privé, afin de créer un environnement propice qui permettra à chaque maillon de l'écosystème de la mode d'atteindre son plein potentiel.

La section qui suit présente une série de recommandations visant à tirer parti des exemples de bonne pratique, à les transposer à plus vaste échelle ou à les reproduire, et à déployer le plein potentiel du secteur de la mode à l'appui d'une croissance durable, de la création d'emplois, de l'autonomisation des femmes et de la diversification des économies africaines. Deux types de recommandations sont présentés : tout d'abord, des **recommandations globales pour des politiques fondamentales et transversales** susceptibles de favoriser le développement de multiples composantes de l'écosystème de la mode en Afrique. Ces recommandations peuvent être adaptées en fonction du contexte, prenant en compte des besoins, des forces et des faiblesses spécifiques de chaque pays. Ensuite, des **recommandations ou leviers de croissance spécifiques aux différents secteurs**, dont l'objectif est de stimuler la croissance de segments spécifiques de l'écosystème de la mode, à savoir : le textile, l'habillement, la haute couture, les accessoires et les métiers d'art.

Il importe de noter que les leviers de croissance présentés dans ce chapitre ne sont ni mutuellement exclusifs ni exhaustifs. Ils sont plutôt des feuilles de route susceptibles de guider les pays dans la définition de priorités d'action permettant de tirer parti de leurs ressources actuelles et de leurs avantages comparatifs

(tels que la taille de la population, les possibilités agricoles et minières, les infrastructures), en accord avec leurs priorités et aspirations nationales.

Chaque pays étant doté de forces, de ressources et de priorités différentes, il est à prévoir que tous les pays ne seront pas en mesure de développer l'ensemble de la chaîne de valeur de la mode de la même manière. Aussi, les recommandations présentées ci-dessous sont elles tournées vers l'avenir ; elles proposent un ensemble de politiques et de domaines d'intervention susceptibles de soutenir le développement d'un secteur de la mode équitable et inclusif qui puisse bénéficier à tous les acteurs impliqués dans l'ensemble de l'écosystème de la mode.

RECOMMANDATIONS GLOBALES POUR LE SECTEUR DE LA MODE

Lorsque l'on élaboré des stratégies pour le secteur de la mode d'un pays, il importe d'adopter une approche holistique, afin de tisser des liens solides et complémentaires depuis l'amont du secteur textile jusqu'à la consommation finale de vêtements afin de créer de la valeur ajoutée et des emplois locaux, et de déployer des actions en faveur de l'inclusion économique et sociale ainsi que du développement durable. L'intégration verticale de l'écosystème de la mode permettra au continent d'extraire davantage de valeur du secteur et de propulser fortement sa croissance. On pourra cibler quelques points d'impulsion pour faciliter cette intégration verticale, notamment en élaborant des politiques facilitant l'accès à des matières premières de qualité à moindre coût, ou en mettant en place des mesures d'incitation pour que les différents producteurs de la chaîne de valeur de la mode travaillent ensemble. Une intégration en amont et en aval permettra de réduire les risques et les effets de dépendance, de s'assurer que la valeur soit créée et conservée localement, et de mieux contrôler le marché et la chaîne d'approvisionnement.

Cet objectif ne peut être atteint que dans le cadre d'une approche communautaire fondée sur des processus collaboratifs constructifs réunissant les acteurs concernés du secteur de la mode et des secteurs privé et public.

Pour dynamiser ce processus, les gouvernements et les instances continentales et régionales pourraient envisager de :



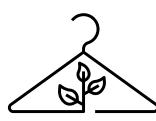
Élaborer des politiques holistiques et inclusives pour l'écosystème de la mode



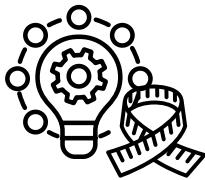
Garantir une rémunération équitable et un travail décent dans le secteur de la mode



Promouvoir des investissements structurés et le développement des infrastructures dans l'ensemble de l'écosystème



Ouvrir la voie à une mode durable



ÉLABORER DES POLITIQUES HOLISTIQUES ET INCLUSIVES POUR L'ÉCOSYSTÈME DE LA MODE

■ Intégrer l'écosystème de la mode dans les stratégies et/ou plans de développement nationaux

L'Union africaine estime que le développement complet de la chaîne de valeur de la mode africaine entraînerait un gain de prospérité considérable pour le continent. Afin de tirer parti de cet énorme potentiel et de bâtir une économie créative résiliente, les États peuvent envisager d'intégrer le secteur de la mode dans leurs stratégies ou plans de développement nationaux, aux côtés d'autres industries, en établissant des liens clairs entre les différents segments de l'écosystème de la mode et les objectifs du Programme de développement durable à l'horizon 2030, ainsi que les aspirations de l'Agenda 2063 de l'Union africaine.

■ Mettre en place une coordination interministérielle pour guider le développement du secteur de la mode

Compte tenu de la forte interdépendance entre les différents segments de l'écosystème de la mode, il est essentiel d'adopter une approche intégrée pour appuyer le développement du secteur de la mode, ce qui suppose une solide coordination interministérielle et la mise en place de mécanismes de suivi et de mise en œuvre communs au sein des ministères chargés de l'agriculture, de la culture, de l'éducation, des finances, du commerce, de l'industrie, des mines, de la propriété intellectuelle et de l'environnement, ainsi que des institutions/autorités nationales de statistiques. Dans l'idéal, les politiques ou stratégies nationales du secteur de la mode devraient prendre en compte l'ensemble de la chaîne de valeur, de la production des matières premières et de la fabrication des textiles à la vente au détail, en passant par la création et le commerce. Chaque étape devrait être abordée de manière claire et adaptée, afin de garantir un développement et des progrès durables. L'élaboration des politiques devrait être coordonnée aux niveaux national, régional et continental, et s'inscrire si possible dans le cadre d'une approche participative et inclusive.

■ Développer ou renforcer la législation sur la propriété intellectuelle

Un rapport de l'Organisation des Nations Unies sur le rôle de la propriété intellectuelle à l'appui du développement de l'Afrique montre comment une forte institutionnalisation de la propriété intellectuelle, aux niveaux continental, régional et national, pourrait contribuer à l'industrialisation et à la protection des technologies, créations et savoir-faire locaux¹. Dans le secteur de la mode en particulier, il est évident que la mise en œuvre effective du droit de la propriété intellectuelle crée de la valeur pour les marques et les producteurs². Il convient d'encourager les synergies et la coopération entre les organismes nationaux œuvrant dans le domaine de la propriété intellectuelle et les autres institutions concernées, telles que les ministères du commerce, de l'industrie, de la culture et du tourisme. L'Organisation régionale africaine de la propriété industrielle (ARIPO) et l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI) pourraient être appelées à jouer un rôle accru pour appuyer ces transitions et améliorations. Les créateurs, entrepreneurs et parties prenantes de la mode devraient être sensibilisés au rôle des organismes chargés de la propriété intellectuelle et informés de leurs droits. Les pouvoirs publics pourraient aussi envisager d'adapter leurs lois sur le droit d'auteur afin d'y inclure la protection gratuite des modèles non déposés, généralement utilisée pour assurer une protection de courte durée des dessins et modèles industriels. Cette période « d'essai » pourrait servir à déterminer s'il vaut la peine d'entamer, pour un seul produit, une démarche de dépôt plus onéreuse et plus compliquée. Les pouvoirs publics pourraient, par ailleurs, envisager de mettre en place des modules de formation ou de fournir une assistance technique pour aider les créateurs émergents à déposer leurs marques et leurs logos.

■ Améliorer la collecte et l'analyse de données

Il est essentiel de mieux comprendre le secteur, ses différentes parties prenantes, l'évolution des marchés et les défis à relever, tant à l'échelon national que régional, en vue d'élaborer et de mettre en œuvre des politiques fondées sur des faits. Il pourrait être intéressant de créer à l'échelle du continent un organisme de recherche spécialisé chargé de collecter et d'analyser des données de manière systématique, de renforcer les capacités des gouvernements en matière de suivi du secteur, et de faciliter la diffusion des données ainsi que le partage des bonnes pratiques dans toute l'Afrique. D'autres initiatives de suivi menées à plus petite échelle sur le continent devraient être soutenues, comme les travaux du conseil pour l'enseignement international de la mode africaine (*Council for International African Fashion Education*, ou CIAFE), qui s'emploie à faire l'état des lieux de l'enseignement et de la formation dans le domaine de la mode, afin de fournir des feuilles de route en vue d'améliorer l'accès à un enseignement et à des programmes professionnels de qualité. Différentes institutions publiques et privées pourraient être établies pour cibler les différents aspects de la chaîne de valeur, réaliser des études, constituer des bases de données et fournir des analyses actualisées permettant de repérer les domaines d'action prioritaires. Il est par ailleurs fortement nécessaire d'apporter un soutien à la collecte de données et à la recherche en renforçant les capacités des services gouvernementaux concernés, de mettre au point des approches basées sur des indicateurs et de collecter des données statistiques ventilées par sexe.



GARANTIR UNE RÉMUNÉRATION ÉQUITABLE ET UN TRAVAIL DÉCENT DANS LE SECTEUR DE LA MODE

.....

■ Protéger les métiers d'art, les motifs et les savoir-faire traditionnels

Des mesures doivent être prises pour garantir l'authenticité des expressions créatives traditionnelles, dont la valeur culturelle est souvent très importante pour les communautés, et pour protéger ceux-ci de l'appropriation culturelle et de l'instrumentalisation. Sans protection juridique adaptée, les motifs, savoir faire et techniques traditionnels risquent d'être exploités commercialement par d'autres, ce qui pourrait entraîner un manque à gagner pour les communautés. Il est donc essentiel de répertorier les savoirs traditionnels et les savoir-faire artisanaux, afin de garantir leur protection et d'affirmer l'identité créative et culturelle de leurs praticiens sur la scène internationale, au bénéfice des communautés locales qui fabriquent ces produits culturels.

■ Garantir des conditions de travail décentes conformes aux normes internationales dans le secteur de la mode, en veillant tout particulièrement à l'égalité des genres

Il est essentiel d'intégrer les principes du travail décent définis par l'Organisation internationale du Travail (OIT) dans le secteur de la mode sur l'ensemble du continent africain. Des mesures devraient être prises pour faire en sorte d'offrir un lieu de travail sûr aux personnes travaillant dans la production de textiles et l'habillement, ainsi que dans les maisons de haute couture, où les employés devraient se sentir en sécurité grâce à des valeurs d'entreprise fortes et à un environnement de travail positif qui encourage le respect mutuel. Assurer la protection sociale des travailleurs dans les secteurs de la production artisanale, industrielle et semi industrielle signifie offrir à tous les employés un accès aux soins médicaux de base, une assurance maladie (par exemple pour les médicaments et les services médicaux non couverts, etc.), une assurance en cas d'accident du travail, une protection des revenus pendant les périodes non travaillées, des dispositifs d'assurance en cas de maladie, de congé parental ou d'invalidité, des prestations de retraite et des dispositifs de transition de carrière. Une attention particulière pourrait être accordée aux besoins des femmes par l'élaboration de politiques sensibles à l'égalité des genres et la mise en place de lieux de travail qui favorisent une culture sensible à l'égalité des genres (par exemple, l'établissement de mécanismes formels de signalement des discriminations et violences fondées sur le genre, et de la violation des droits sociaux et économiques).

■ Faciliter la mise en place de syndicats d'organisations professionnelles dans les secteurs du textile, de l'habillement, de la haute couture, des accessoires et de les métiers d'art

Les chaînes de valeur de la production textile, de l'habillement, de la haute couture, des accessoires et des métiers d'art sont interdépendantes, aussi serait il profitable aux travailleurs de ces secteurs de se faire représenter officiellement par des syndicats ou des associations de membres susceptibles de défendre leurs intérêts et d'accroître leur pouvoir de négociation pour obtenir de meilleurs salaires et de meilleures conditions de travail. Les associations professionnelles, chambres de commerce et conseils du commerce nationaux contribuerait aussi à la structuration du secteur de la mode et offrirait une tribune d'expression importante aux parties prenantes économiques. Ces associations, outre les possibilités d'échanges commerciaux et de mise en réseau qu'elles ouvrent à leurs membres, représentent les intérêts et les besoins de ceux-ci, et disposent d'un puissant levier d'action au sein des organismes nationaux pour faire pression en faveur de politiques propices à la croissance du secteur de la mode et pour réorienter l'intérêt et l'investissement publics. En adhérant à une chambre de commerce, les entreprises seraient inscrites dans un répertoire officiel, ce qui renforcerait la structuration et la réglementation du secteur. Par exemple, la Chambre nationale de commerce du Ghana coordonne la loi sur la croissance et les possibilités économiques en Afrique (AGOA) et toutes les entreprises de confection du Ghana qui exportent dans le cadre de cette loi sont membres de la Chambre et sont inscrites à son répertoire officiel. Les entrepreneurs ont ainsi accès aux informations et aux possibilités offertes dans le cadre de l'AGOA³ et d'autres relations commerciales.



PROMOUVOIR DES INVESTISSEMENTS STRUCTURÉS ET LE DÉVELOPPEMENT DES INFRASTRUCTURES DANS L'ENSEMBLE DE L'ÉCOSYSTÈME

.....

■ Créer un environnement commercial favorable et attrayant pour les parties prenantes et les investisseurs du secteur de la mode

Les politiques doivent tendre à faciliter l'émergence d'un environnement commercial propice qui attire les investissements, favorise l'innovation et encourage l'entrepreneuriat. Les fonds d'investissement axés sur la mode africaine, comme ceux prévus dans le cadre de l'accélérateur mis en place par l'Institut français de la mode (IFM) et Birimian⁴, qui fournit des capitaux à long terme, un soutien institutionnel et des conseils stratégiques aux marques de mode pour les aider à développer leurs activités à plus vaste échelle, peuvent être reproduits au niveau national pour les différents segments de l'écosystème de la mode. La mise en place de partenariats public-privé ciblés est essentielle dans l'écosystème de la mode, car ils offrent un moyen de favoriser la collaboration entre les gouvernements, les entités du secteur privé et les organismes de développement, afin de mettre en commun les ressources, l'expertise et les investissements au service de la croissance du secteur.

■ Améliorer l'accès aux possibilités de financement pour les micros, petites et moyennes entreprises du secteur de la mode, en offrant un soutien ciblé aux femmes et aux jeunes

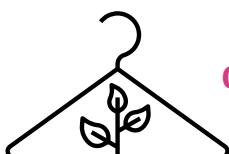
Il est essentiel d'améliorer l'accès aux financements pour que les entreprises de la mode puissent passer à la vitesse supérieure et que, par conséquent, le secteur de la mode se développe. La Banque africaine de développement (BAfD), par l'intermédiaire de son programme Fashionomics, collabore avec des bailleurs de fonds tels que l'Identity Development Fund Alitheia IDF, le Women's Investment Club, la Banque africaine d'import export (Afreximbank), la State Bank of Mauritius (SBM), Thundafund et la marque de vêtements sénégalaise SARAYAA, afin d'offrir une aide financière aux entrepreneurs africains du secteur de la mode⁵. Roberta Annan, fondatrice de la Fondation africaine de la mode (AFF), a par ailleurs lancé en 2021 l'Impact Fund for African Creatives, un fonds de 100 millions d'euros destiné aux entrepreneurs de la mode en Afrique. Ce financement permettra d'octroyer à des projets sélectionnés des subventions allant jusqu'à 50 000 euros⁶. Il importe que ces initiatives de financement à l'échelle du continent soient reproduites aux niveaux régional et national afin de soutenir les micros, petites et moyennes entreprises du secteur de la mode. Il importe également que les gouvernements fassent en sorte que les institutions financières commerciales locales soient sensibilisées au potentiel lucratif des entreprises de la mode et encouragées à offrir aux entrepreneurs du secteur des prêts et des garanties à des taux d'intérêt raisonnables. Des activités de renforcement des capacités, sous forme d'ateliers, de sessions de formation ou de portails d'information, pourraient être organisées à l'intention des entrepreneurs de la mode afin d'améliorer leurs connaissances dans le domaine financier et de leur permettre de trouver des possibilités de financement adaptées. Il est essentiel que les différents organismes à l'échelle du continent et des régions, les gouvernements et les investisseurs privés s'emploient à remédier aux inégalités d'accès au financement auxquelles sont confrontés les femmes et les jeunes créateurs. Des possibilités de financement spécifiques, ciblées sur les femmes d'une part et sur les jeunes d'autre part, pourraient être envisagées afin de garantir un développement progressif et durable du secteur.

■ Faciliter le commerce régional et international.

Les gouvernements devraient entreprendre de négocier des accords commerciaux favorables pour promouvoir l'exportation de produits de mode africains. Il s'agit notamment de réduire les droits de douane, de simplifier les procédures douanières et de participer à des salons internationaux pour présenter les créations africaines. Au niveau du continent, le projet de la Zone de libre-échange continental africaine (ZLECAF), qui envisage de construire des routes commerciales et de faciliter le commerce transfrontière, devrait faire l'objet d'un maximum d'attention et d'investissements. Des systèmes de transport bien conçus, reliant les différentes sous-régions du continent, peuvent faciliter le commerce interrégional. L'utilisation efficace de ces routes commerciales renforcerait l'intégration verticale au niveau du continent et des régions. De même, la mise en œuvre effective, aux niveaux régional et national, du Système de paiement et de règlement panafricain (PAPSS) devrait être une priorité afin de résoudre les problèmes liés aux paiements transfrontières.

■ Renforcer les liens avec la diaspora africaine en facilitant les investissements dans le secteur de la mode

Le soutien des communautés afro-descendantes et de la diaspora africaine a contribué à accroître la visibilité et la désirabilité de la mode africaine sur la scène internationale. Les célébrités et les soutiens très médiatisés peuvent offrir aux créateurs une certaine visibilité et leur donner accès aux marchés mondiaux. L'intérêt toujours croissant pour la mode africaine pourrait être mis à profit pour obtenir des avantages supplémentaires dans le cadre des différents échanges, tant pour le continent que pour la diaspora. À Madagascar, les activités dans le secteur de l'habillement, fortement axé sur l'exportation, sont facilitées par les investissements directs étrangers de la diaspora en Asie et en Europe. Le caractère structuré de cet investissement, en particulier sa vocation locale, a contribué de manière significative à la croissance du secteur de l'habillement du pays⁷. Les gouvernements pourraient mettre en place des dispositifs incitatifs afin de faciliter les investissements de la diaspora et de rendre attrayant l'entrepreneuriat dans ce secteur. Toutefois, pour garantir l'intégration et la participation au niveau local, les investissements de la diaspora doivent comporter une certaine part de partenariats locaux.



OUVRIR LA VOIE À UNE MODE DURABLE

Comme l'Afrique contribue encore peu à la surconsommation, son industrie de la mode a l'occasion de prendre le bon pli dès le départ et de devenir un chef de file mondial de la mode durable. Alors que de nombreux créateurs africains intègrent déjà le principe de durabilité dans la gestion des déchets textiles, par le biais du recyclage des fibres ou d'autres processus optimisés axés sur le recyclage et la réutilisation, le comportement des consommateurs, en particulier, peut être influencé par la promotion d'une culture de la réutilisation et de la revente, puis du recyclage et de la réaffectation. Le recyclage est également un élément clé de ce processus. Avec sa marque ALMAH, Manal Olama plaide en faveur de la circularité et de la durabilité en transformant les matériaux excédentaires obtenus auprès de la banque égyptienne de vêtements en objets d'art portables uniques. Un premier pas vers l'intégration formelle de la durabilité dans le secteur de la mode consiste à prendre en compte les normes internationales et les bonnes pratiques, notamment celles de l'Alliance des Nations Unies pour une mode durable. Ces normes et codes éthiques pourraient aider à définir des critères de qualité et des normes pour la reconnaissance d'un modèle durable « fabriquée en Afrique », qui présente un mode de production et de consommation différent, en opposition avec les excès de la « fast fashion » mondiale. Les chargés de communication du secteur de la mode peuvent s'inspirer du guide de la communication sur la mode durable établi par le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) pour expliquer et mettre en avant les valeurs écologiques, culturelles et sociales positives du secteur de la mode. Il s'agit notamment de faire ressortir comment la mode est profondément liée à l'environnement naturel, à la diversité du patrimoine culturel, des traditions artistiques et artisanales, des coutumes, des croyances, des histoires et des pratiques, ainsi qu'au bien-être des individus et des communautés dont elle dépend⁸.

LEVIERS DE CROISSANCE SPÉCIFIQUES AU SECTEUR

En fonction des spécificités du contexte national, ainsi que des priorités, des infrastructures et des ressources disponibles de chaque pays, les gouvernements pourraient aussi choisir de mettre en œuvre des mesures ciblées à l'appui du développement de segments spécifiques de l'écosystème de la mode : la production textile, l'habillement,

la haute couture, les accessoires et les métiers d'art. Ils peuvent s'appuyer sur des avantages comparatifs existants (par exemple, l'existence d'une industrie du coton développée ou la popularité de certains métiers traditionnels) ou décider d'investir dans un segment du secteur n'ayant jusqu'alors reçu que peu d'attention. En général, les gouvernements disposent au niveau des politiques de trois principaux leviers pour soutenir chaque segment de l'écosystème de la mode :



Environnement réglementaire propice



Investissements et infrastructures



Compétences/éducation



© Sunny Dolat

TEXTILE

Le secteur du textile, qui a connu ces dernières années une hausse considérable à l'échelle mondiale, devrait atteindre un taux de croissance annuel composé de plus de 4 % d'ici à 2027. Les gouvernements qui souhaitent stimuler la croissance de leur secteur textile peuvent envisager d'entreprendre les actions clés ci-après :

ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE PROPICE



■ Crée un environnement favorable aux investisseurs

Il convient de créer un environnement globalement propice aux investissements privés. Afin de renforcer l'avantage concurrentiel des producteurs locaux par rapport aux concurrents étrangers, certaines politiques, par exemple d'allégements fiscaux et de subvention de la production, pourraient être envisagées.

■ Protéger le caractère unique des textiles africains au moyen d'une législation solide en matière de propriété intellectuelle

Il est urgent de protéger les textiles traditionnels et de sauvegarder leur caractère unique, notamment au moyen d'une législation sur la propriété intellectuelle, afin que les communautés puissent tirer pleinement parti de leur patrimoine.

INVESTISSEMENTS ET INFRASTRUCTURES



■ Promouvoir la création de valeur ajoutée en soutenant le processus de transformation des fibres naturelles au niveau national

Le succès de la production textile dépend fortement de l'intégration verticale de l'ensemble du système de valeur. Des liens établis en amont, grâce à un approvisionnement en matières premières local, garantissent des stocks constants et une cohérence dans la production. Les pays comme le Bénin, le Burkina Faso, l'Egypte, l'Éthiopie, le Mali, l'Ouganda, la République-Unie de Tanzanie et le Sénégal, dont le volume de production de coton permet la commercialisation, devraient renforcer leurs capacités de transformation du coton en fibres et en fils. Cette transformation ajoute de la valeur à la matière première, améliorant ainsi la viabilité économique du coton sur le marché intérieur ainsi qu'à l'exportation.

■ Tirer parti des pratiques durables en faisant un avantage comparatif

Actuellement, la majorité du coton africain est sans OGM (sans organisme génétiquement modifié), et plus de 7,3 % de la production de coton du continent est biologique. L'interdiction de la production d'OGM signifie que les agriculteurs africains, les instituts de recherche nationaux et les égreneurs continueront de conserver et de sélectionner leurs propres semences adaptées aux conditions locales, au lieu de devoir acheter chaque année des semences à des multinationales étrangères. Par ailleurs, il serait bon d'investir dans des laboratoires d'innovation axés sur la mise au point de fibres durables issues de déchets textiles, ou de fibres innovantes (combinant par exemple le coton et la soie, ou d'autres fibres).

■ Crée ou améliorer les groupes textiles et les zones économiques spéciales

La création de groupes textiles ou de zones économiques spéciales concentrant les acteurs de l'industrie dans une même zone peut contribuer à stimuler la productivité et à réduire les coûts. Ces zones pourraient bénéficier de mesures incitatives (allégements fiscaux, réglementation simplifiée) afin d'attirer les investissements et d'encourager la collaboration.

■ Redynamiser les usines textiles d'État à faible capacité de production et mécaniser le tissage pour permettre une production à grande échelle, le cas échéant

Les gouvernements devraient donner la priorité à la rénovation des usines existantes pour qu'elles atteignent leur pleine capacité, en cherchant des solutions d'énergie verte pour réduire les coûts. Des investissements sont nécessaires dans les technologies et les équipements qui transformeront certains segments du secteur textile en centres de production modernes. Les pouvoirs publics devraient aussi soutenir la production textile artisanale, dont l'efficacité pourrait être renforcée par le recours à des métiers à tisser améliorés et à des processus de production semi-mécanisés. Ces améliorations permettraient d'augmenter les volumes de production, de réduire les coûts, d'obtenir une meilleure fiabilité, et faciliteraient l'utilisation des tissus artisanaux par les stylistes et les fabricants de vêtements locaux et internationaux.

COMPÉTENCES/ÉDUCATION



■ Perfectionner les compétences dans la production textile artisanale

Les gouvernements pourraient créer des centres de formation professionnelle et des instituts techniques offrant une formation pratique dans différentes disciplines liées au textile. L'offre peut être axée sur les compétences pratiques s'inscrivant dans la droite ligne des exigences de l'industrie.

■ Soutenir la recherche et le développement (R-D)

Allouer des fonds aux initiatives de R-D centrées sur l'amélioration des processus de production textile, la mise au point de nouveaux matériaux et le renforcement des capacités technologiques du secteur dans leur globalité.

■ Sauvegarder les textiles traditionnels et assurer la continuité des compétences

Si la production de certains textiles peut être industrialisée ou accrue, bon nombre de textiles africains traditionnels sont le fruit du travail d'artisans qualifiés ayant acquis la maîtrise de leur art de génération en génération par de nombreuses années de pratique. Afin de préserver la qualité, le caractère unique et l'authenticité de ces textiles, des mesures devraient être prises pour faciliter le mentorat en face-à-face, notamment par l'intermédiaire de la création de centres et d'ateliers spécialisés.

■ Autonomiser les femmes tisseuses

Des efforts pourraient être déployés en vue de sensibiliser le public aux avantages socioéconomiques du tissage pour les femmes, et les celles-ci devraient spécifiquement être incitées à rejoindre la profession dans les pays où elle est dominée par les hommes.

HABILLEMENT

Le secteur de l'habillement en Afrique subsaharienne, estimé en 2020 à 31 milliards de dollars des États-Unis, devrait continuer de croître chaque année, tout comme la classe moyenne et la population du continent. Afin de soutenir le développement du secteur de l'habillement, les gouvernements pourraient entreprendre les actions ci-après :

ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE PROPICE



■ Développer et promouvoir un modèle durable de prêt-à-porter africain

Le secteur africain de l'habillement est stratégiquement placé pour créer sa propre voie de développement en adoptant des pratiques et des modèles durables. Les gouvernements devraient envisager d'encourager la rationalisation de la production afin que la durabilité sociale et environnementale soit assurée. Des modes de production de vêtements durables et adaptés au contexte, se situant à l'intersection du luxe et de la production de masse, devraient être identifiés, mis en œuvre, et transposés à plus vaste échelle dans la mesure du possible.

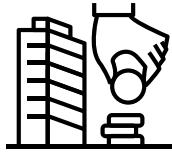
■ Protéger les marques nationales de la concurrence étrangère déloyale

L'importation de vêtements d'occasion ronge la part de marché des entrepreneurs nationaux et met en péril la survie des entreprises. L'accent mis par le Rwanda sur l'investissement dans la fabrication de vêtements destinés à la consommation locale et à l'exportation, qui a conduit à augmenter les droits de douane applicables aux vêtements d'occasion importés, devrait servir d'exemple sur tout le continent. Même si cette augmentation a valu au pays d'être exclu de la loi sur la croissance et les possibilités économiques en Afrique (AGOA) en 2018, les exportations de textiles du Rwanda ont augmenté de 83 % entre 2018 et 2020. Cette augmentation résulte de la hausse de la demande sur le marché intérieur (entre 10 % et 20 %) et à l'exportation, notamment vers la République démocratique du Congo, où l'exportation de vêtements est passée en valeur de 636 578 de dollars des Etats-Unis en 2018 à 30,4 millions en 2020⁹.

■ Créer les conditions nécessaires pour stimuler la demande locale

Par exemple en s'assurant que la majorité des marchés publics (uniformes scolaires, uniformes de la fonction publique, de l'armée ou de la police, entre autres) privilégient les stylistes et les textiles locaux, ou en proposant des mesures incitatives aux institutions désireuses d'imposer des quotas sur les textiles fabriqués localement. Des politiques nationales, telles que le programme national « Friday Wear » mis en place par le Ghana, font en sorte que non seulement le grand public, mais aussi les entreprises, les fonctionnaires et les élèves des écoles publiques, du primaire au secondaire, portent des vêtements produits localement le vendredi. La politique du Burkina Faso imposant le port du Faso dan fani aux fonctionnaires lors de toutes les manifestations officielles du pays est aussi une réussite nationale en matière de stimulation de la demande de vêtements produits localement. Ces politiques devraient être reprises aux niveaux régional, sous-régional et national, afin de dynamiser le commerce et la consommation de mode aux niveaux local et transfrontalier.

INVESTISSEMENTS ET INFRASTRUCTURES



■ Garantir l'accès au fonds de roulement ou au capital initial

Dans le secteur de la production de vêtements, l'achat de tissu peut à lui seul immobiliser trois à quatre mois de fonds de roulement. Les intermédiaires financiers susceptibles de lisser la trésorerie pendant la période entre les dépenses en espèces effectuées pour financer les intrants et la fabrication, et les paiements versés par les acheteurs mondiaux (ou nationaux), pourraient remédier au problème.

■ Construire des centres de production modernes et adopter des modèles de production innovants

Les gouvernements devraient investir dans la construction de centres de production où les créateurs pourraient envoyer leurs modèles et produire en gros. Des usines de production modernes dotées d'équipements de haute technologie devraient être construites dans divers pays africains afin d'aider les producteurs d'habillement à développer leurs activités et éviter d'externaliser la fabrication hors du continent. Les parcs ou groupes industriels de fabrication de vêtements qui offrent des infrastructures partagées (usines, services collectifs et installations logistiques) sont susceptibles d'attirer les investissements, de favoriser les économies d'échelle et d'encourager la collaboration. L'Éthiopie, le Kenya, le Lesotho et Maurice, qui sont à la tête des pays africains producteurs de vêtements et d'articles d'habillement, pourraient tirer parti de cet avantage comparatif existant¹⁰.

■ Faciliter l'approvisionnement en articles de mercerie adéquats

Les sources d'approvisionnement de produits tels que les fermetures éclair, boutons, fils, rubans de mesure, aiguilles et épingle sont souvent, voire toujours, situées hors du continent. Ces produits sont de qualité inférieure sur le marché africain, si bien que ceux qui sont de qualité sont coûteux. Les 10 exportateurs mondiaux de vêtements et d'articles d'habillement, dont font partie l'Allemagne, le Bangladesh, la Chine, les États-Unis d'Amérique et la Turquie, ont chacun leur spécialité pour certains aspects de la chaîne de valeur et jouent un rôle moteur au niveau mondial¹¹. Afin de faciliter l'approvisionnement en articles de mercerie de qualité et de réduire les coûts, les petits et moyens producteurs de vêtements africains pourraient passer des commandes groupées de textiles et d'articles de mercerie.

■ Améliorer ou développer la logistique et les infrastructures d'exportation

Un secteur de l'habillement dynamique nécessite des réseaux de transport fiables (notamment des routes, des ports et des aéroports) pour faciliter la circulation des matières premières et des produits finis. Des zones franches d'exportation assorties de dispositifs réglementaires incitatifs, d'allégements fiscaux et de procédures simplifiées pourraient être définies afin d'attirer les investissements directs étrangers et promouvoir les exportations de vêtements.

■ Optimiser les infrastructures existantes pour la production locale

Des pays comme Madagascar, Maurice et la Tunisie, qui disposent de l'infrastructure nécessaire pour assurer la fabrication externalisée de grandes marques européennes, pourraient mettre à profit ces infrastructures pour la fabrication de prêt-à-porter local ou produit en Afrique. Cette solution offre un moyen de résoudre le problème de l'approvisionnement pour les pays africains qui disposent de petites unités de production et souhaiteraient investir le marché continental qui leur est accessible dans le cadre des communautés économiques régionales et de la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAF).

COMPÉTENCES/ÉDUCATION



■ Mettre en place des programmes de formation technique et professionnelle

Développer des programmes de formation professionnelle permettant d'acquérir les compétences pratiques requises dans le secteur de l'habillement, notamment dans les domaines de la création de patrons, de la couture, du contrôle de la qualité et de l'utilisation des machines. S'assurer que les établissements d'enseignement agréés aient accès aux technologies et machines modernes de production de vêtements.

■ Proposer une formation au numérique et aux technologies

Proposer une formation aux technologies numériques telles que la conception assistée par ordinateur (CAO) et l'impression 3D, ainsi qu'aux techniques de fabrication avancées, afin de préparer les individus à l'évolution du paysage technologique de l'industrie de l'habillement.

■ Renforcer le savoir-faire en matière de commerce électronique

Les entreprises de production de vêtements pourraient s'inscrire à des formations sur la vente en ligne, notamment sur des éléments pratiques comme les techniques de prise de vue permettant de rendre ses photos attrayantes. Elles auraient aussi intérêt à collaborer avec les parties prenantes du secteur traitant des enjeux de paiement et de logistique des services d'expédition, afin de pouvoir étendre leur portée sur le marché.

HAUTE COUTURE

On estime que le montant total généré par le marché des produits de luxe en Afrique, qui n'a fait que croître au fil des années, a atteint près de 6 milliards de dollars en 2022. Un cinquième de ces recettes provient de la haute couture, marché qui devrait connaître une croissance annuelle de 0,79 % entre 2023 et 2028. Contrairement aux consommateurs d'autres pays, qui se tournent vers les marques de luxe étrangères lorsque leurs revenus augmentent, les consommateurs des pays africains sont plus enclins à acheter de la mode haut de gamme auprès de créateurs locaux, fiers d'un patrimoine qui confère une grande valeur aux vêtements africains et aux marques locales, qui correspondent aux valeurs, aux identités et aux besoins spécifiques des consommateurs¹². Afin de soutenir le développement du secteur de la haute couture, les gouvernements pourraient entreprendre les actions ci-après :

ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE PROPICE



■ Promouvoir la mobilité des créateurs de haute couture

Grâce à des bourses de voyage et à des procédures simplifiées pour l'obtention de visas, les gouvernements peuvent faciliter la participation des créateurs de haute couture africains aux manifestations, expositions et salons internationaux dans le domaine de la mode, afin que les créations africaines soient représentées à l'échelle du continent et dans le monde entier.

■ Mettre en place des mesures de traitement préférentiel pour soutenir le commerce des articles de mode hauts de gamme africains

Les gouvernements africains pourraient réduire ou limiter les taxes à l'importation pour les marques de mode qui utilisent des textiles africains traditionnels fabriqués sur le continent, notamment dans le cadre de la Zone de libre-échange continental africaine (ZLECAF). Ils pourraient aussi négocier des politiques commerciales afin de réduire les barrières à l'exportation et les droits de douane pour les produits de mode de luxe locaux.

■ Optimiser les ressources dans l'ensemble de l'écosystème

Les créateurs pourraient mettre à profit les compétences et les infrastructures de fabrication déjà en place sur le territoire, ainsi que la logistique de distribution dont disposent les grandes entreprises de production de vêtements, afin que les PME de haute couture puissent bénéficier d'économies d'échelle similaires.

■ Établir des collaborations internationales

Les gouvernements pourraient faciliter la mise en place de partenariats entre le secteur national de la haute couture et les marques internationales de mode de luxe, les associations professionnelles et les experts de la mode.

■ Élaborer et appliquer des lois plus strictes et plus efficaces en matière de propriété intellectuelle afin de protéger les créations et les marques de mode originales

Les gouvernements pourraient mettre en place des réglementations destinées à faciliter le dépôt et l'application de brevets sur les créations de mode, ainsi que le dépôt de marques.

INVESTISSEMENTS ET INFRASTRUCTURES



■ Soutenir la mise en place de semaines de la mode, de salons et de manifestations commerciales

Les semaines de la mode, expositions et les autres manifestations liées à la mode permettent de mettre en lumière le talent et la créativité, de faire rayonner l'excellence africaine et d'attirer les parties prenantes de la mode du monde entier. Les investisseurs publics et privés devraient s'associer aux organisateurs de ces manifestations afin de promouvoir la haute couture africaine et de dynamiser l'ensemble de l'écosystème de la mode. Il a été constaté que l'ensemble de l'écosystème de la mode était mieux développé dans les pays comme l'Afrique du Sud, le Maroc et le Nigéria, dotés de manifestations structurées dans le domaine de la mode. La semaine de la mode de Lagos, au Nigéria, ne rassemble pas seulement des créateurs de mode, mais aussi d'autres professionnels liés à l'écosystème, tels que des agences de mannequins, des photographes, des stylistes, des influenceurs, des journalistes et des fabricants de vêtements. Elle prévoit aussi des master classes à l'intention des jeunes créateurs, ainsi que des débats sur les modèles et stratégies d'entreprise. L'objectif de chaque manifestation organisée est de renforcer la qualité du secteur de la mode au Nigéria¹³. Les diverses manifestations organisées dans les différentes sous régions dans le domaine de la mode devraient être synchronisées les unes par rapport aux autres et les dates bien choisies pour éviter tout chevauchement, en particulier pour les manifestations principales.

■ Développer des possibilités de financement durable et à long terme pour les micros, petites et moyennes entreprises de la haute couture, en offrant un soutien ciblé aux femmes et aux jeunes

Créer des fonds ou des programmes de subventions spécifiques, destinés spécifiquement aux créateurs émergents, aux start ups de la mode et aux entreprises de mode établies, pourrait permettre d'apporter un soutien financier essentiel pour favoriser la création, la production, la commercialisation et l'expansion. Un moyen d'appuyer les créateurs et les marques de haute couture émergents pourrait être de leur donner accès à des prêts à faible taux d'intérêt, ou de mettre en place des programmes de microfinancement destinés aux petits entrepreneurs de la mode, en particulier dans les zones rurales et offrant peu de services, afin de leur fournir le capital nécessaire pour démarrer ou développer leurs activités.

■ Favoriser le développement des points de vente au détail

Une stratégie de vente exclusive de produits de mode de luxe a vu le jour en Afrique, dans le cadre de ce qu'on appelle les « concept stores », ou magasins concept. L'idée est de rassembler au sein d'un même espace des articles de mode de luxe fabriqués en Afrique et d'offrir aux consommateurs une meilleure expérience d'achat. Dans ces magasins, l'expérience d'achat est pensée dans ses moindre détails, et porte au-delà des vêtements sur un ensemble de produits et de services répondant à des styles de vie particuliers. On y juxtapose tendances mondiales et thématiques locales en prenant en compte la nécessité de pratiques durables¹⁴. Ce type de point de vente comme Bold in Africa, à Kampala (Ouganda), qui propose des marques de créateurs originaires de 11 pays d'Afrique, pourrait être reproduit sur l'ensemble du continent. En 2020, cinq des 25 détaillants les mieux cotés en Afrique avaient leur siège en Afrique du Sud. L'Égypte, le Maroc et le Nigéria offrent eux aussi de solides perspectives en matière du secteur du luxe¹⁵.

■ Renforcer le commerce en ligne

L'infrastructure numérique, y compris les plateformes de commerce électronique, les marchés en ligne et les outils de commercialisation numérique, devraient être développés, afin d'aider les entreprises de haute couture à atteindre un public plus large.

■ Mettre en place des systèmes logistiques efficaces

Il est impératif que les politiques visent également à mettre en place des systèmes de transport et livraison efficaces qui relient les pays du continent ainsi que ceux de l'extérieur. Le projet de la ZLECAF de construction de routes commerciales, soutenues par des systèmes de transport bien conçus reliant les différentes sous-régions du continent, bénéficiera au commerce transfrontière des articles de haute couture.

COMPÉTENCES/ÉDUCATION



■ Crée des écoles et des instituts de mode accrédités, et encourager la mise au point de programmes d'enseignement spécialisés dans le domaine de la mode

Les établissements devraient proposer une formation professionnelle complète couvrant les différents aspects de l'industrie de la haute couture, par l'intermédiaire de programmes d'enseignement à 360 degrés, notamment dans des domaines tels que la technologie de la mode, le contrôle de la qualité, le commerce et l'entrepreneuriat, le droit commercial et les droits d'auteur. Au moins un établissement devrait être doté d'infrastructures de pointe et d'un corps professoral expérimenté, et exposer les apprenants aux pratiques courantes de l'industrie.

■ Soutenir financièrement l'enseignement de la mode

Des bourses d'études et des subventions devraient être accordées aux personnes talentueuses disposant de moyens financiers limités, afin de leur permettre de suivre un enseignement et une formation dans le domaine de la mode. Lorsque les ressources du gouvernement sont limitées, il faudrait envisager d'établir des partenariats avec des entreprises privées qui peuvent parrainer la formation d'étudiants talentueux.

■ Intégrer l'entrepreneuriat des industries créatives dans les programmes d'enseignement

Pour stimuler la croissance durable de la haute couture, les pays où ce secteur n'en est qu'à ses débuts pourraient investir dans l'élaboration de programmes de formation proposant différentes spécialités (entrepreneuriat, gestion, achats, stylisme) dans le domaine de la mode. Ces programmes devraient aussi doter les jeunes créateurs de compétences dans les domaines de la commercialisation et des affaires, et leur offrir des possibilités de mise en réseau et de stages afin de les aider à faire progresser leur carrière.

ACCESSOIRES ET MÉTIERS D'ART

Afin de soutenir le développement de ce segment du secteur de la mode, les pays pourraient envisager d'entreprendre les actions ci-après :

ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE PROPICE



■ Mettre au point des labels d'indication géographique ou des normes de qualité et des certifications

Les pays africains dont les métiers d'art dépendent de matériaux tels que les perles, le raphia, les cauris, les métaux, le cuir et le bois, et qui ne sont pas protégés par des labels d'indication géographique ou des droits de propriété intellectuelle applicables aux communautés, devraient tirer des enseignements de l'expérience des pays pionniers qui ont effectué les premières démarches en ce sens. De telles protections et reconnaissances sont susceptibles de débloquer des investissements publics et privés et de conduire à la mise en œuvre de mesures de sauvegarde.

INVESTISSEMENTS ET INFRASTRUCTURES



■ Investir dans des infrastructures adaptées à la production et à la conservation de créations haut de gamme

Une stratégie d'investissement dans les métiers d'art plus rationnelle consisterait à améliorer chacun des aspects de la chaîne de valeur, en particulier la production locale de matières premières telles que les métaux, les pierres, le cuir et les plumes. Une production et un approvisionnement locaux permettent aux pays de contrôler la chaîne de valeur et garantissent l'ancrage local de la production, qui représente une valeur ajoutée pour l'économie locale. La Thaïlande, qui s'est employée ces 25 dernières années à développer la fabrication de bijoux de manière à attirer une grande proportion d'entreprises de joaillerie fine et de haute joaillerie, pourrait être une source d'inspiration. En investissant dans des matériaux, des technologies et des formations de qualité, tout en offrant des prix attractifs et des possibilités de développement à plus vaste échelle, la Thaïlande a adopté un positionnement qui s'est révélé très efficace.

■ Établir une plateforme de mise en réseau panafricaine ou continentale des métiers d'art

Afin d'atteindre une excellence intégrée et transrégionale en matière de production d'accessoires et de métiers d'art, il est nécessaire de mettre en place un réseau régional pour les produits artisanaux et faits main sur le continent. De même, les pays souhaiteront peut-être mettre en place un conseil consultatif chargé de définir des normes, de conseiller les professionnels dans leur parcours entrepreneurial et de créer des centres d'excellence créative.

COMPÉTENCES/ÉDUCATION



■ Enrichir les possibilités de formation dans le domaine des métiers d'art, notamment en fusionnant les savoir-faire traditionnels et les techniques modernes

L'utilisation de perles, de raphia, de cauris, de métaux, de cuir, de bois et d'autres matériaux locaux pour fabriquer des ornements de cou, de jambe et de main, ainsi que des sacs et des chaussures, constitue un artisanat prestigieux dans plusieurs sociétés africaines. Certains établissements d'enseignement supérieur, comme le Département d'art et de design (spécialité « Beaux-arts et conception de bijoux ») de l'Université de technologie de Durban (Afrique du Sud), ont institutionnalisé l'enseignement des métiers d'art, mais la formation dans le secteur reste largement informelle et passe par le système d'apprentissage. Des efforts devraient être faits pour améliorer les programmes d'enseignement et de formation techniques et professionnels (EFTP), en particulier concernant les accessoires en cuir, dotés d'un potentiel énorme dans de nombreux pays africains. Dans le domaine des métiers d'art, la formation comporte deux dimensions : la formation artistique et la formation technique. Le système de formation formelle devrait prendre en compte la multitude de savoir-faire et de pratiques traditionnelles existants sur tout le continent, véritables atouts qui confèrent une identité inestimable au secteur des métiers d'art. Une meilleure définition et une meilleure protection de ces savoirs renforcerait le secteur sur la scène internationale.

■ Édifier des ponts plus solides entre le secteur des accessoires et des métiers d'art et le reste du secteur de la mode afin de créer de nouvelles possibilités pour les artisans et les artistes

Les accessoires de mode font partie intégrante de l'habillement africain traditionnel. Les accessoires et les métiers d'art sont particulièrement indissociables de la haute couture, qui accorde une grande importance au savoir-faire traditionnel et aux techniques de pointe. L'exposition *Africa Fashion*, qui s'est tenue au Victoria and Albert Museum en 2022-2023, illustre comment les créateurs africains ont réussi à fusionner les métiers d'art et la mode de manière innovante¹⁶. Pour aller plus loin dans ce domaine, il serait souhaitable d'encourager les créateurs de mode à utiliser le savoir-faire local en mettant en place des mesures incitatives, des labels de qualité et un plus grand nombre d'espaces de rencontres professionnelles, tels que les salons. Les plateformes et espaces non physiques d'exposition et de présentation de vêtements, tels que les semaines de la mode, pourraient s'associer à des professionnels des métiers d'art et faire en sorte que leur travail fasse partie intégrante des défilés de mode africains. Les manifestations du domaine de la mode devraient inclure les œuvres des bijoutiers, des créateurs de chaussures, des maroquiniers et autres producteurs d'accessoires de mode.

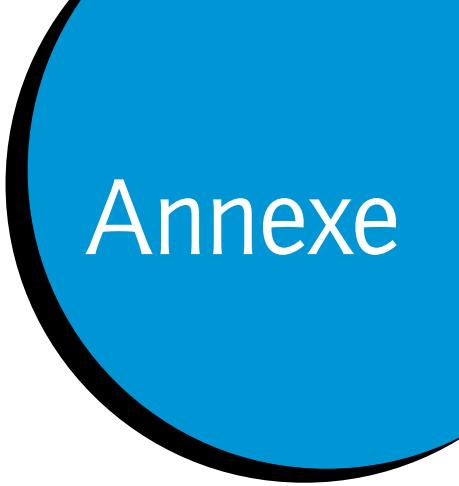
NOTES

1. Nations Unies. « The Role of Intellectual Property Rights in Promoting Africa's Development Overview of IPR in Africa ». *Office of the UN Special Adviser on Africa*, 2022, www.un.org/osaa/sites/www.un.org.osaa/files/final_policy_paper_on_iprs_in_africa_fin_en_230822_v56883.pdf
2. Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). « The African Fashion Design Industry: Capturing Value Through Intellectual Property ». OMPI, 2011, www.wipo.int/edocs/mdocs/en/ompi_pi_dak_15/ompi_pi_dak_15/www_319536.pdf
3. Ghana, Chambre nationale de commerce. « AGOA Trade Resource Centre (ATRC) ». *Ghana National Chamber of Commerce*, 2017, www.ghanachamber.org/index.php/agoa
4. Birimian Venture et Institut français de la mode. « IFMBirimian Accelerator x Africa ». 2021, <https://birimianventures.com/ifm-birimian-accelerator-x-africa/>
5. Banque africaine de développement (BAFD). « How can Africa's fashion entrepreneurs access finance to grow their businesses? ». *Groupe de la Banque africaine de développement*, 16 déc. 2020, www.afdb.org/ar/news-and-events/how-can-africas-fashion-entrepreneurs-access-finance-grow-their-businesses-39925

6. Roberta Annan Launches €100m Impact Fund to Invest in Africa's Creative Industries ». *The Vault News*, 7 oct. 2021, <https://thevaultnews.com/entertainment/roberta-annan-launches-e100m-impactfund-to-invest-in-africas-creative-industries/>
7. Calabrese, Linda et Balchin, Neil. « Foreign Investment and Upgrading in the Garment Sector in Africa and Asia ». *Global Policy* vol. 13, special issue S1, p. 34 à 44, 2022, <https://doi.org/10.1111/1758-5899.13059>.
8. Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC). *The Sustainable Fashion Communication Playbook*. PNUE et CCNUCC, 2023, https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/42819/sustainable_fashion_communication_playbook.pdf?sequence=3.
9. www.fibre2fashion.com. « Top 10 Exporting Countries of Textile and Apparel Industry ». *Fibre2Fashion*, www.fibre2fashion.com/industry-article/8471/top-10-exporting-countries-of-textile-and-apparel-industry
10. « African Textiles, Garment and Fashion Industry in Africa ». *Kohan Textile Journal: Middle East and Africa Textile Portal*, 13 août 2019, <https://kohantextilejournal.com/textile-and-garment-industry-africa/>.

11. www.fibre2fashion.com. « Top 10 Exporting Countries of Textile and Apparel Industry ». *Fibre2Fashion*, www.fibre2fashion.com/industry-article/8471/top-10-exporting-countries-of-textile-and-apparel-industry
12. « Africa's Emerging Fashion Industry ». *Toppán Digital Language*, 29 sept. 2016. <https://toppandigital.com/translational-blog/africas-emerging-fashion-industry/>
13. Bobie, Adwoa Owusuua. *Rebranding Africa, Reclothing Africa: The Role Of Emerging Designers In The Production Of Aesthetic Cosmopolitanism In Lagos*. 2022. Université de Bâle, thèse de doctorat. <https://edoc.unibas.ch/89646/>.
14. Nwachukwu, David. « The New-Age Concept Stores Reimagining the Way Africans Shop ». *Industrie Africa*, 13 déc. 2021, <https://industrieafrica.com/blogs/imprint/the-new-age-concept-stores-reimagining-the-way-africans-shop>.
15. Benissan, Ezreen. « African Fashion Retailers Raised Local Luxury's Profile. What's next? ». *Vogue Business*, 8 avril 2022, www.voguebusiness.com/consumers/african-fashion-multi-brand-retailers-raised-local-luxury-jendaya-industrie-africa-folklore.
16. Victoria and Albert Museum. « Magician of the Desert: Alphadi ». *Victoria and Albert Museum*, <https://www.vam.ac.uk/articles/magician-of-the-desert-alphadi>





Annexe

Panoramas régionaux



AFRIQUE AUSTRALE

Afrique du Sud
Angola
Botswana
Eswatini
Lesotho
Malawi
Mozambique
Namibie
Zambie
Zimbabwe

LA RÉGION EN CHIFFRES		
	Exportations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis	Importations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis
Afrique du Sud (2020)	1 254 604 070	3 899 560 990
Angola (2019)	8 664 950	407 947 080
Botswana (2020)	15 393 000	135 758 610
Eswatini (2020)	199 632 290	165 194 290
Lesotho (2020)	461 061 070	289 594 500
Malawi (2020)	10 902 460	145 767 120
Mozambique (2020)	69 961 130	229 864 310
Namibie (2020)	5 187 340	194 411 410
Zambie (2020)	25 173 880	205 389 440
Zimbabwe (2020)	44 098 350	114 307 450

Source : Base de données intégrée de la Banque mondiale relative aux statistiques commerciales.

Les pays les plus peuplés d'Afrique australe, à savoir l'Afrique du Sud, l'Angola et le Mozambique possèdent peut-être les secteurs de la mode les plus dynamiques de la région, mais bon nombre de pays de la région participent également depuis longtemps aux chaînes de valeur mondiales de la mode en tant que sous-traitants de la production de vêtements, notamment l'Eswatini (seul pays de la région qui affiche une balance commerciale excédentaire) et le Lesotho. Par le passé, c'était aussi le cas du Malawi et du Zimbabwe, qui déplacent actuellement des efforts pour relancer cette activité. L'Afrique du Sud, qui se caractérise pour sa part par une forte production de masse dans le secteur de l'habillement et de la chaussure par rapport à d'autres pays, sous-traite sa production à certains de ses voisins, tout en exportant des vêtements vers divers pays africains. Du point de vue de son marché domestique, en revanche, la production industrielle de l'Afrique du Sud a connu un déclin significatif, suivi d'une stagnation, au cours de la dernière décennie. La politique sud-africaine en ce qui concerne la production locale s'inscrit

dans le cadre des efforts déployés pour favoriser l'utilisation de textiles et autres intrants domestiques dans le secteur de l'habillement et de la vente au détail. Pour ce qui est des fibres textiles, l'Afrique du Sud produit, outre le coton, d'importantes quantités de laine et de mohair ; avec la Namibie, elles sont aussi productrices d'étoffes de soie.

La plupart des autres pays de la région disposent d'une base de production textile industrielle modeste et de nombreux textiles typiques issus de traditions locales (shweshwe, leteise, odelala, kitenge) sont, au moins en partie, produits localement.

La Zambie soutient aussi la production de textiles tissés à la main. L'Afrique du Sud est un acteur majeur dans le domaine de la maroquinerie, tant pour le marché de masse que pour la haute couture, et ce secteur est également en pleine émergence au Botswana et en Zambie.

De nombreux créateurs renommés viennent d'Afrique du Sud, et le pays possède également l'un des écosystèmes de formation dans le domaine de la mode les plus solides d'Afrique.

GRANDES MANIFESTATIONS DU SECTEUR DE LA MODE

- Design Indaba (Le Cap)
- Semaine de la mode de l'Afrique du Sud (Johannesburg)
- Semaine de la mode de l'Angola (Luanda)
- Semaine de la mode du Mozambique (Maputo)

Des créateurs de haute couture émergent également en Angola et au Mozambique, où les semaines de la mode attirent de plus en plus l'attention internationale.

Dans les petits pays de la région, si la mode n'est pas encore au centre des politiques, un environnement favorable commence à se dessiner. Tous les pays de la région organisent au moins une semaine de la mode chaque année, et bon nombre d'entre eux comptent plus d'une manifestation de ce type par an. La Namibie est dotée d'un conseil de la mode actif, qui a récemment publié une étude sur le secteur. Le Ministère sud-africain du commerce, de l'industrie et de la concurrence a, de son côté, commandé une étude portant spécifiquement sur l'économie du secteur de la mode.

Néanmoins, dans de nombreux pays de la région, y compris en Afrique du Sud, les secteurs du textile, de l'habillement et de la chaussure manquent de visibilité dans les statistiques publiques, ce qui entrave l'élaboration de politiques et la défense des intérêts de ces secteurs.

Les parties prenantes de l'industrie ne perçoivent pas d'obstacles spécifiques à la participation des femmes dans le secteur et, dans certains pays, les aides ciblent souvent les femmes, la mode étant traditionnellement considérée comme un secteur d'activité féminin – ce qui peut en rendre l'accès plus difficile pour les hommes, mais est de moins en moins vrai. Le secteur du cuir a tendance à attirer davantage d'hommes.

EN BREF

Lesotho

PIB généré par le Lesotho
dans les secteurs du textile, de l'habillement,
de la chaussure et du cuir en 2021 :

358 millions de dollars des États-Unis¹

Namibie

PIB généré par la Namibie
dans les secteurs du textile, de l'habillement
et du cuir en 2021 :

**60 millions
de dollars des États-Unis²**

1. Lesotho, Bureau national des statistiques. « Annual National Accounts of Lesotho 2021. » *Ministère du développement et de la planification du Lesotho*, 2022.

2. Namibie, Agence des statistiques. « Annual National Accounts 2021. » *Agence des statistiques de la Namibie*, 2021, <https://nsa.nsa.org.na/wp-content/uploads/2022/08/Annual-National-Accounts-2021.pdf>.

AFRIQUE CENTRALE

Burundi
Cameroun
Congo
Gabon
Guinée équatoriale
République centrafricaine
République démocratique du Congo
Sao Tomé-et-Principe
Tchad

LA RÉGION EN CHIFFRES		
	Exportations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis	Importations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis
Burundi (2020)	1 280 720	48 681 750
Cameroun (2018)*	215 224 850	198 158 270
Congo (2020)	759 050	44 230 140
Gabon	n.d.	n.d.
Guinée équatoriale	n.d.	n.d.
Rép. centrafricaine (2018)	1 414 510	11 760 690
Rép. démocratique du Congo (2020)	4 656 940	226 527 880
Sao Tomé-et-Principe (2020)	8 510	4 695 250
Tchad	n.d.	n.d.

Source : Base de données intégrée de la Banque mondiale relative aux statistiques commerciales.

* N.B. : dans la base de données source, les textiles incluent le coton non cardé et le fil de coton. Dans les pays marqués d'un astérisque, ces deux catégories constituent l'essentiel des exportations de textiles, d'habillement et de chaussures.

Le secteur de la mode en Afrique centrale est à une étape critique, aspirant à un soutien plus structuré et complet pour déployer tout son immense potentiel. Notamment, des pays producteurs de coton tels que le Burundi, le Cameroun et le Tchad ont pris d'importantes mesures pour insuffler une nouvelle vie à leurs secteurs de production textile. Ces dernières années, le Burundi et le Tchad ont réintroduit avec succès des tissus wax fabriqués localement, témoignant de la créativité et du patrimoine textile unique de la région. Entretemps, le Cameroun est sur le point de renforcer davantage son industrie de la mode en intégrant une école de textile et de mode dans le parc industriel en cours de construction dans la ville portuaire animée de Kribi.

La créativité foisonnante de la région, en particulier dans des pays comme le Cameroun et la République démocratique du Congo, laisse entrevoir un immense potentiel qui attend d'être exploité. Les créateurs présentant leurs œuvres à la Semaine de la mode de

Kinshasa gagnent une reconnaissance internationale pour leurs créations uniques et avant-gardistes, qui s'inspirent notamment des traditions congolaises et des tendances contemporaines mondiales. Il existe également une demande importante pour les vêtements et tissus traditionnels. Chaque année, le 8 mars, les femmes parcourent les rues de Guinée équatoriale vêtues du popó de la mujer, des robes colorées confectionnées dans des tissus officiels produits spécialement pour la célébration.

Cependant, les cadres réglementaires actuellement en place dans la région restent généralement fragmentés et se caractérisent par des initiatives sporadiques et isolées, souvent menées par des acteurs non gouvernementaux. Ce paysage morcelé a conduit à une situation dans laquelle de nombreux créateurs de mode de premier plan de la région ont été amenés à opérer à l'extérieur de la région en raison des ressources et opportunités locales limitées.

GRANDES MANIFESTATIONS DU SECTEUR DE LA MODE

- Forum des métiers de la mode et du design (Yaoundé)
- *Liputa Fashion Show* (Goma)
- Semaine de la mode de Kinshasa
- Semaine de la mode du Cameroun (Yaoundé)

De plus, même si les créateurs régionaux sont enthousiastes à l'idée de promouvoir les textiles traditionnels, leurs efforts se heurtent souvent à des obstacles considérables, tels une productivité faible et un manque d'opportunités de formation adéquates pour la prochaine génération d'artisans. Ce défi est particulièrement évident dans le cas des tissus en raphia, qui sont répandus dans toute la région et qui peuvent nécessiter plusieurs années d'apprentissage et de formation pour obtenir des motifs et des textures élaborés. En outre, le Cameroun recèle un important potentiel inexploité dans le secteur de la maroquinerie, qui attend d'être exploré.

L'un des principaux obstacles à l'élaboration de politiques dans le secteur de la mode en Afrique centrale est le manque important de données ciblées et d'études approfondies. Le manque de telles informations entrave l'élaboration de politiques efficaces et la planification stratégique, posant ainsi un frein majeur à la croissance du secteur. Même si les professionnels de l'industrie n'ont pas mis en évidence d'obstacles majeurs liés au genre dans le secteur, la disponibilité limitée de données sur cet aspect en Afrique centrale souligne la nécessité d'adopter une approche plus inclusive pour garantir que le secteur de la mode puisse véritablement prospérer dans la région et déployer son plein potentiel en tant qu'industrie dynamique et diversifiée.

EN BREF

Cameroun

PIB généré par les secteurs du textile, de l'habillement et du cuir en 2019 :

519 millions de dollars des États-Unis¹

Nombre de salariés permanents dans les entreprises formelles de l'industrie textile en 2018 :

1 767 personnes
dont **22% de femmes¹**

1. Cameroun, Ministère des mines, de l'industrie et du développement technologique. « Statistical Yearbook of the Mining, Industry and Technological Development Sector. » MINMDT, 2020, www.minmidt.cm/wp-content/uploads/2022/05/Annuaire-statistique-en-EN_final-09.11.2021.pdf.

AFRIQUE DE L'EST

Comores
Djibouti
Érythrée
Éthiopie
Kenya
Madagascar
Maurice
Ouganda
République-Unie de Tanzanie
Rwanda
Seychelles
Somalie
Soudan
Soudan du Sud

LA RÉGION EN CHIFFRES		
	Exportations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis	Importations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis
Comores (2020)	68 490	5 514 020
Djibouti	n.d.	n.d.
Érythrée	n.d.	n.d.
Éthiopie (2020)	164 171 740	764 633 920
Kenya (2020)	457 860 590	829 685 720
Madagascar (2020)	426 704 880	509 188 450
Maurice (2020)	518 685 630	308 282 170
Ouganda (2020)	68 358 910	384 233 070
République-Unie de Tanzanie (2020)	238 759 820	366 920 430
Rwanda (2019)	32 211 040	161 244 720
Seychelles (2020)	336 440	22 837 570
Somalie	n.d.	n.d.
Soudan (2018)	158 860 960	520 938 650
Soudan du Sud	n.d.	n.d.

Source : Base de données intégrée de la Banque mondiale relative aux statistiques commerciales.

L'Afrique de l'Est est une région qui se caractérise par de forts contrastes : elle abrite à la fois des producteurs de vêtements établis de longue date (ou fortement émergents) dont la portée est mondiale, ainsi que des pays où le secteur de la mode stagne ou décline. Maurice a été le premier pays d'Afrique de l'Est à réussir à intégrer sa production de vêtements dans les chaînes de valeur mondiales (dès les années 1980), rapidement suivi de Madagascar. Aujourd'hui, avec l'émergence de l'Éthiopie et du Kenya, la région serait susceptible de devenir la prochaine plaque tournante de la sous-traitance mondiale du secteur de l'habillement. De nombreux pays de la région (Éthiopie, Kenya, Ouganda, République-Unie de Tanzanie, Soudan et Soudan du Sud) cultivent le coton, et une bonne partie d'entre eux s'efforcent d'accroître leurs activités de transformation du coton

brut en textile, ainsi que d'intensifier la culture du coton pour être à la hauteur de leurs ambitions en matière de production textile.

Avec l'industrialisation du secteur du textile et de l'habillement, la fabrication artisanale à petite échelle est parfois insuffisamment intégrée dans les politiques publiques et aux systèmes de production à plus grande échelle. Toutefois, les tissus tissés main restent très pertinents en Érythrée et en Éthiopie, tandis qu'en Ouganda, la revitalisation des tissus d'écorce suscite un regain d'intérêt, même si l'est encore émergent. La production industrielle de textiles tels que les imprimés wax (kitenge), les kargas et les kikoyis est assez importante dans la région, même si les parties prenantes du secteur constatent que la qualité de ces tissus n'est pas toujours optimale pour la création de vêtements.

GRANDES MANIFESTATIONS DU SECTEUR DE LA MODE

- Semaine de la mode du Rwanda (Kigali)
- Semaine de la mode et de l'approvisionnement en Afrique (Addis-Abeba)
- Semaine de la mode « Hub of Africa » (Addis-Abeba)
- Semaine de la mode swahilie (Dar es Salam)
- Semaine du textile et du cuir en Afrique de l'Est (Nairobi)

La production d'accessoires en cuir se développe rapidement en Éthiopie et au Kenya, tandis que le Soudan du Sud montre les premiers signes de l'émergence d'un secteur de maroquinerie, avec la marque Mayo Leather produisant sa première collection de cuirs « fabriqués au Soudan du Sud » en 2022.

La région compte de nombreux créateurs de mode renommés, dont la plupart sont originaires de trois pays : l'Éthiopie, le Kenya et le Rwanda. La Somalie, pour sa part, compte plusieurs créateurs émergents dans la diaspora, qui se positionnent notamment sur le créneau de la mode féminine modeste.

Les parties prenantes de l'industrie interrogées dans la région ne mentionnent aucun obstacle important dans le secteur lié au genre, et ont indiqué percevoir une forte participation des femmes dans le secteur. Les chiffres relatifs à l'emploi dans le secteur formel du textile et de l'habillement au Kenya révèlent toutefois un faible taux d'emploi des femmes. Les données de l'OIT montrent que le secteur de l'habillement éthiopien emploie 80 % de femmes, mais que celles-ci sont souvent limitées aux tâches à faible responsabilité.

EN BREF

Kenya

Nombre d'employés dans les secteurs du textile, de l'habillement et du cuir en 2018 :

78 252 dont **15% de femmes**¹

Montant généré par la production industrielle dans les secteurs du textile, de l'habillement et du cuir en 2018 :

667 millions de dollars des États-Unis,

dont **50%** pour l'habillement,
27% pour le textile et **22%** pour le cuir¹

Le Kenya a importé l'équivalent de **173 millions de dollars des États-Unis** en vêtements

de seconde main en 2021, ce qui correspond à **183 500 tonnes**²

1. Bureau national de statistique du Kenya. « Census of Industrial Production and Construction Report 2018. » *KNSStats*, 2019.

2. Nations Unies. *Base de données Comtrade de l'ONU*. Section du commerce et des statistiques des Nations unies, <https://comtradeplus.un.org/>.

AFRIQUE DE L'OUEST

Bénin
Burkina Faso
Cabo Verde
Côte d'Ivoire
Gambie
Ghana
Guinée
Guinée-Bissau
Libéria
Mali
Niger
Nigéria
Sénégal
Sierra Leone
Togo

LA RÉGION EN CHIFFRES		
	Exportations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis	Importations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis
Bénin (2020)*	475 217 680	98 413 260
Burkina Faso (2020)*	267 431 230	95 900 810
Cabo Verde (2020)	6 654 170	24 101 370
Côte d'Ivoire (2019)*	486 007 720	246 944 500
Gambie (2020)	1 445 020	15 154 360
Ghana (2019)	160 465 270	293 924 610
Guinée (2016)	7 435 280	79 441 010
Guinée-Bissau	n.d.	n.d.
Libéria	n.d.	n.d.
Mali (2019)*	426 156 210	124 600 140
Niger (2020)	8 495 410	82 639 920
Nigéria (2020)	21 849 370	1 033 716 910
Sénégal (2020)	126 060 150	199 708 420
Sierra Leone (2018)	368 320	31 012 630
Togo (2020)*	132 701 720	199 981 640

Source : Base de données intégrée de la Banque mondiale relative aux statistiques commerciales.

* N.B. : dans la base de données source, les textiles incluent le coton non cardé et le fil de coton. Dans les pays marqués d'un astérisque, ces deux catégories constituent l'essentiel des exportations de textiles, d'habillement et de chaussures.

L'Afrique de l'Ouest est l'une des régions du continent démontrant le plus de créativité dans le domaine de la haute couture ; de nombreux créateurs de renom y ont émergé au cours des dernières décennies, en particulier au Ghana, au Nigéria et au Sénégal, bien que la région ne dispose pas d'une base de production industrielle favorable pour approvisionner son industrie en textiles de qualité et d'un bon rapport qualité prix. Les textiles traditionnels et ceux dont l'esthétique est associée avec le continent sont particulièrement présents, aussi bien dans les vêtements de tous les jours que pour les tenues d'apparat, et ce, dans presque tous les pays de la région. Des pays comme le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire et le Ghana ont mis en place des politiques destinées à encourager

spécifiquement la consommation de textiles traditionnels tissés à la main. Cependant, il reste encore à soutenir de manière plus structurée et à plus vaste échelle la formation et la capacité de production dans le domaine des textiles artisanaux. Les wax produits par la Côte d'Ivoire et le Ghana se vendent bien dans la région, malgré la forte concurrence des wax importés, qui sont généralement moins onéreux. Toutefois, dans l'ensemble, la production industrielle de textiles reste le talon d'Achille du secteur de la mode en Afrique de l'Ouest. Comme la région abrite certains des plus grands producteurs de coton du continent (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire et Mali), les bénéfices potentiels qui résulteraient de l'augmentation de la production textile sont énormes.

GRANDES MANIFESTATIONS DU SECTEUR DE LA MODE

- Festival international de la mode africaine (FIMA) (lancé à Niamey – certaines éditions ont lieu dans d'autres pays africains)
- Salon international du textile africain (SITA) (Lomé)
- Semaine de la mode *Arise* (Lagos)
- Semaine de la mode de Dakar
- Semaine de la mode de Lagos
- Semaine de la mode *Glitz Africa* (Accra)

Le secteur de l'habillement est dynamique et créatif, mais se limite principalement à la confection sur mesure et la production à petite échelle. Parmi les besoins exprimés par les acteurs du secteur, celui qui revient le plus souvent est la nécessité d'investir pour faire passer la production de vêtements de la région à la vitesse supérieure. Par ailleurs, en Afrique de l'Ouest, l'importation de vêtements de seconde main représente des volumes très importants, ce qui entrave la rentabilité pour les producteurs de vêtements. Dans des pays comme le Ghana, ces volumes ont atteint des niveaux ingérables qui posent des risques importants pour l'environnement. En ce qui concerne les accessoires, la production de sacs à main de luxe et de chaussures semi-artisanales a été particulièrement dynamique ces dernières années.

Le développement du secteur de la mode est soutenu par un écosystème de formation et d'éducation inégal. Des pays comme le Ghana et le Nigéria comptent une centaine d'établissements de formation dans le domaine de la mode (bien que nombre d'entre eux ne proposent pas de programmes adaptés aux besoins techniques et commerciaux actuels du secteur), alors que dans d'autres pays, l'offre de formation professionnelle dans ce domaine est très limitée.

Les experts du secteur ne perçoivent pas d'obstacles spécifiques liés au genre et notent qu'à mesure que le potentiel du secteur se confirme, les stéréotypes s'atténuent en ce qui concerne la participation des hommes au secteur de la mode.

EN BREF

Sénégal

PIB généré par les secteurs du textile, de l'habillement et du cuir en 2021 :
560 millions de dollars des États-Unis¹

La production était répartie comme suit :
Production de coton égrené **1 %**
Filage, tissage et finissage **28 %**
Confection de vêtements **66 %**
Articles en cuir **4 %**

Pour s'habiller et se chauffer, les ménages sénégalais ont dépensé en 2021 :
858 millions de dollars des États-Unis¹

1. Sénégal, Agence nationale de la statistique et de la démographie, "Comptes nationaux semi-définitifs de 2021 et définitifs de 2020." ANSD, 2022, www.annd.sn/sites/default/files/2023-02/Note_analyse_comptes-nationaux_28_12_2022-rev.pdf.

Afrique du Nord

Algérie
Égypte
Libye
Maroc
Mauritanie
Tunisie

LA RÉGION EN CHIFFRES		
	Exportations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis	Importations de textiles, de vêtements et de chaussures, en dollars des États-Unis
Algérie (2017)	4 113 010	1 378 597 970
Égypte (2020)	2 812 683 140	3 266 145 430
Libye (2018)	4 062 770	786 016 750
Maroc (2020)	3 277 392 900	3 356 244 150
Mauritanie (2020)	841 650	52 491 170
Tunisie (2019)	3 079 460 840	2 287 868 310

Source : Base de données intégrée de la Banque mondiale relative aux statistiques commerciales.

L'Afrique du Nord abrite certains des pays les plus dynamiques d'Afrique en matière de production industrielle de textiles et de production de masse de vêtements : l'Égypte, le Maroc et la Tunisie. Les secteurs du textile et de l'habillement de ces pays sont étroitement intégrés dans les chaînes de valeur de la mode au niveau mondial, car de nombreuses marques de mode internationales s'approvisionnent dans ces pays. Les entreprises locales ont parallèlement pu développer elles mêmes des marques de mode, et dans ce domaine, les politiques du Maroc semblent particulièrement favorables : de nombreuses marques marocaines se sont développées au fil des ans, dont certaines ont prospéré et se sont étendues à l'échelle mondiale. Par exemple, la marque Diamantine compte plus de 130 magasins dans le monde (notamment en Arabie saoudite, à Bahreïn, au Canada, en Côte d'Ivoire, en France, au Koweït, au Liban, à Oman, aux Pays-Bas et au Qatar), et son offre comporte des vêtements directement rattachés au patrimoine de la région, comme des gandouras et des djellabas¹. Les créateurs de haute couture marocains bénéficient également les cadres réglementaires favorables, tandis qu'en Égypte et en Tunisie, les parties prenantes de l'industrie remarquent que la créativité locale a parfois du mal à trouver sa place dans les écosystèmes de mode respectifs des deux pays.

Un système d'éducation et de formation solide dans le domaine du textile et de l'habillement a contribué à consolider l'évolution du secteur de la mode dans ces trois pays, même si les experts notent des pistes d'amélioration en ce qui concerne l'enseignement relatif aux aspects commerciaux et aux évolutions technologiques.

L'environnement réglementaire des autres pays d'Afrique du Nord est beaucoup moins favorable : les entretiens menés en Algérie et en Libye font état d'un déclin notable du secteur de la mode par rapport aux décennies précédentes.

Celui-ci ne fait pas encore l'objet de politiques ciblées en Mauritanie, mais le pays peut se targuer d'une production dynamique dans le domaine des accessoires tels les bijoux et articles en cuir.

Dans l'ensemble, les designs traditionnels trouvent une forte expression à travers la mode contemporaine de la région, principalement au niveau des accessoires (maroquinerie, bijoux et décoration, en particulier). Les textiles et modes vestimentaires traditionnels, parfois protégés dans le cadre des listes du patrimoine mises en place par les pays ou par l'UNESCO, restent présents, mais sont souvent réservés aux tenues religieuses ou cérémonielles.

Les importations de vêtements de seconde main sont plus limitées dans cette région que dans le reste de l'Afrique.

GRANDES MANIFESTATIONS DU SECTEUR DE LA MODE

- Salon de l'approvisionnement en fil et tissu (Casablanca)
- Semaine de la mode de Casablanca
- Semaine de la mode de Marrakech
- Semaine de la mode de Tunis
- Semaine égyptienne de la mode (lancée en 2023)

Cependant, il n'a pas été possible, dans le cadre de ce rapport, de déterminer si cette situation était due à des politiques publiques limitant ces importations ou à d'autres facteurs.

Dans certains pays, les barrières liées au genre représentent un obstacle pour les femmes, notamment car leur travail en dehors de la maison est peu accepté ; de leur côté, les créateurs de mode hommes peuvent rencontrer des difficultés à travailler dans le domaine de la mode féminine et doivent faire appel à des intermédiaires femmes pour faciliter les interactions avec leur clientèle. En outre, il convient de souligner que la majeure partie de la production industrielle est orchestrée par des entreprises dirigées par des hommes.

Les secteurs de la production industrielle des textiles et de l'habillement étant très développés, en particulier en Égypte, au Maroc et en Tunisie, les effets néfastes du secteur de la mode sur l'environnement sont à la fois une réalité et une préoccupation que les acteurs de l'industrie s'efforcent de prendre en compte.

1. Diamantine. <https://uk.diamantine.com/en-it>

2. Agence centrale pour la mobilisation publique et les statistiques, (CAPMAS). « The Results of the Fifth Economic Census 2017-2018 for Egypt by Economic Activity and Governorates » *Egypt Statistics*, 2018, <https://censusinfo.capmas.gov.eg/Metadata-en-v4.2/index.php/catalog/405>.

3. Maroc, Haut-Commissariat au Plan, « Annuaire Statistique Du Maroc, 2021 », *Haut-Commissariat au Plan*, 2021, www.hcp.ma/downloads/?tag=Annuaire+statistiques+du+Maroc.

4. Tunisie, Agence pour la promotion de l'industrie et de l'innovation, « Portail de l'industrie tunisienne ». *Agence pour la promotion de l'industrie et de l'innovation*, <http://www.tunisieindustrie.nat.tn/en/tissu.asp>.

EN BREF

Égypte

Emploi dans les secteurs du textile, de l'habillement, du cuir et de la chaussure en 2017 :

644 500 personnes dont 26% de femmes²

Maroc

Emploi dans les secteurs du textile, de l'habillement, du cuir et de la chaussure en 2020 :

417 000 personnes dont 45% de femmes³

Tunisie

Emploi dans les secteurs du textile, de l'habillement, du cuir et de la chaussure en 2023 :

183 000 personnes dont 91% dans des entreprises se consacrant entièrement à l'exportation⁴

Bibliographie

- Africa Blockchain Institute. « Textiles and Apparel Industry in the Context of the AfCFTA and the Ongoing Discussion on Rules of Origin. » *Medium*, 27 février 2023. <https://medium.com/@africanblockchaininstitute/textiles-and-apparel-industry-in-the-context-of-the-afcfta-and-the-ongoing-discussion-on-rules-of-b958e8a5d57d>.
- « African ECommerce User Growth Beats Asia. » *ecommerceDB*, 7 février 2022, [https://ecommerceedb.com/insights/%20african-e-commerce-user-growth-beats-asia/3488](https://ecommerceedb.com/insights/%20african-e-commerce-user-growth-beats-asia/).
- « Africa's Emerging Fashion Industry. » *Toppan Digital Language*, 29 septembre 2016. <https://toppandigital.com/translation-blog/africas-emerging-fashion-industry/>.
- « African Textiles, Garment and Fashion Industry in Africa. » *Kohan Textile Journal: Middle East and Africa Textile Portal*, 13 août 2019, <https://kohantextilejournal.com/textile-and-garment-industry-africa/>.
- Africa Wealth Report 2023. Henley & Partners, 2023, <https://www.henleyglobal.com/publications/africa-wealth-report-2023>.
- African Women Experts (AWE). « Sally Karago, l'as de la mode kényane ». AWE, <http://africawomenexperts.com/lnq/en/2020/07/sally-karago-the-ace-of-kenyan-fashion/>.
- Afrique du Sud, Département du commerce, de l'industrie et de la concurrence. *Assessing the Economic Value of the Designer Fashion Sector in South Africa*. Twyg, 19 août 2020, <https://twyg.co.za/wp-content/uploads/2020/08/SACCO04-A-SACC-THE-ECONOMIC-VALUE-OF-THE-DESIGNER-FASHION-SECTOR-RESEARCH-REPORT11.pdf>.
- . « Clothing & Textiles Competitiveness Programme (CTCP) ». DTIC, <https://www.ctflgp.co.za/>.
- Allemagne, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit. « Textile, confection et mode en Côte d'Ivoire : Étude sectorielle ». 2021, https://invest-for-jobs.com/assets/media/dateien/Etude_Textile-confection-et-mode-en-Côte-d'Ivoire.pdf.
- Anami, Luke. « East Africa wrestles with proposals to ban imports of used clothes ». *The East African*, 21 juin 2021, www.theeastfrican.co.ke/tea/business/region-wrestles-with-proposals-to-ban-imports-of-used-clothes-3854868.
- « An Ode to the Originals is the Apt Title of the Latest Collection by House of Divinity ». *Botswana Gazette*. 2 novembre 2020, <https://www.thegazette.news/lifestyle/an-ode-to-the-originals-is-the-apt-title-of-the-latest-collection-by-house-of-divinity/>

- Banque africaine de développement (BAD). « Report on the Feasibility Study for the Development of the Online Fashionomics Platform ». *Groupe de la Banque africaine de développement*, 2019, https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/Final_Report_AFDB_Fashionomics_-_Investing_in_the_African_Creative_Industries_for_the_Continent_s_Inclusive_Growth.pdf.
- . « The Middle of the Pyramid: Dynamics of the Middle Class in Africa. » *AfDB Market Brief*, 10 May 2011, https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/The%20Middle%20of%20the%20Pyramid_The%20Middle%20of%20the%20Pyramid.pdf
- . « Investing in the Creative Industries: Fashionomics. Executive Summary. » *Groupe de la Banque africaine de développement*, 2018, <https://shop.fashionomicsafrica.org/modules/fashiomom/public/storage/e26974459de6a88b752e017fa19eb9d257f9c4021535996686.pdf>.
- . « How can Africa's fashion entrepreneurs access finance to grow their businesses? » *Groupe de la Banque africaine de développement*, 16 décembre 2020, <https://www.afdb.org/en/news-and-events/how-can-africas-fashion-entrepreneurs-access-finance-grow-their-businesses-39925>.
- . « Building Africa's Manufacturing Strength in the Textile and Clothing Sector. » *Groupe de la Banque africaine de développement*, 31 janvier 2019, <https://blogs.afdb.org/fr/industrialisation-and-trade-corner/post/building-africas-manufacturing-strength-in-the-textile-and-clothing-sector-18953>.
- Banik, Dan. « Unpacking Secondhand Clothes in Africa. » Twyg, 5 May 2020, <https://twyg.co.za/unpacking-secondhand-clothes-in-africa/>.
- Banque mondiale. « The World Integrated Trade Solution (WITS) ». <https://wits.worldbank.org/>.
- . « Featured speaker: Nora Bannerman-Abbot ». *World Bank Live*, 23 mai 2018, <https://live.worldbank.org/experts/nora-bannerman-abbot>.
- Barangenza, Laurent. « La diplomatie économique figure parmi les priorités du Gouvernement du Burundi ». *Radio Télévision Nationale du Burundi*, 29 juin 2021, <https://rtnb.bi/fr/art.php?idapi=5/1/209>.

- Benabdellah, Yahya. « Dayem Morocco, la vision de l'AMITH pour redonner au textile sa place internationale » *Medias 24*, 1er décembre 2021, <https://medias24.com/2021/12/01/dayem-morocco-la-vision-de-lamith-pour-redonner-au-textile-sa-place-internationale/>.
- Bénin, Institut national de la statistique et de l'analyse économique (INSAE-Bénin). *Monographie de la filière coton au Bénin*. Ministère du plan et du développement du Bénin, 2020, https://instad.bj/images/docs/insea-publications/autres/DT/MonographieFiliereCotonauBenin_20201025_Finale.pdf
- Benissan, Ezreen. « African Fashion Retailers Raised Local Luxury's Profile. What's next? » *Vogue Business*, 8 avril 2022, www.voguebusiness.com/consumers/african-fashion-multi-brand-retailers-raised-local-luxury-jendaya-industrie-africa-folklore.
- Besser, Linton. « Dead White Man's Clothes: The Dirty Secret behind the World's Fashion Addiction ». *ABC News*, 11 août 2021, www.abc.net.au/news/2021-08-12/fast-fashion-turning-parts-ghana-into-toxic-landfill/100358702.
- Birimian et Institut Français de la Mode. « IFM-Birimian Accelerator x Africa ». 2021, <https://birimianventures.com/fr/ifm-birimian-accelerator-x-africa/>.
- « Bobby Kolade's use of bark cloth is changing the face of fashion ». *SatisFashion Uganda*, 26 août 2014, <https://satisfashionug.com/bobby-kolades-use-of-bark-cloth-is-changing-the-face-of-fashion/>. Page consultée le 28 juillet 2023.
- Bobie, Adwoa Owusu. *Rebranding Africa, Reclothing Africa: The Role of Emerging Designers in the Production of Aesthetic Cosmopolitanism in Lagos*. 2022. Université de Bâle, thèse de doctorat. <https://edoc.unibas.ch/89646/>.
- Brantu. « About Us: Brantu World ». *Brantu*, 2023, www.brantu.world/.
- Burkina Faso, Ministère du développement industriel, du commerce, de l'artisanat et des petites et moyennes entreprises. « Valorisation du made in Burkina : Le logo du label Koko Dunda dévoilé ! » 17 septembre 2021, www.commerce.gov.bf/accueil/actualites/details?tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Bnews%5D=300&cHash=13fe283c032ebdad271094380653025a.
- Calabrese, Linda et Balchin, Neil. « Foreign Investment and Upgrading in the Garment Sector in Africa and Asia ». *Global Policy* vol. 13, special issue S1, p. 34 à 44, 2022, <https://doi.org/10.1111/1758-5899.13059>.
- Cameroun, Ministère des Mines, de l'Industrie et du Développement Technologique. « Annuaire statistique du secteur des mines, de l'industrie et du développement technologique ». *MINMIDT*, 2020, <https://www.minmidt.cm/annuaire-statistique-du-secteur-des-mines-de-lindustrie-et-du-developpement-technologique/>.
- Centre du commerce international. « Trade Map database ». CCI, <https://www.trademap.org/>.
- Chambre de commerce et d'industrie africaine. « FICOTA African Fashion Project. » *African Chamber of Trade and Commerce Program for the Transformation of Cotton in Africa*, 2021, <https://www.ficota.org/afp>.
- Christensen, Lau et Robinson, Alex. « The Potential Global Economic Impact of the Metaverse ». *Analysis Group (AG)*, 2022, <https://www.analysisgroup.com/globalassets/insights/publishing/2022-the-potential-global-economic-impact-of-the-metaverse.pdf>.
- Christine Checinska, responsable de publication. *Africa Fashion*. V&A Publishing, 2022.
- Clarence-Smith, William G. « The Textile Industry of Eastern Africa in the Longue Durée ». *Africas Development in Historical Perspective*, édité par Emmanuel Akyeampong *et al.*, Cambridge University Press, 2014, p. 264 à 294. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139644594.011>.
- Comité consultatif international du coton (ICAC). « ICAC Data Dashboard. » [https://icac.shinyapps.io/ICAC_Open_Data_Dashboard/](https://icac.shinyapps.io/ICAC_Open_Data_Dashbooard/). Page consultée en juillet 2022.
- Commission économique pour l'Afrique (CEA). « Deepening the AfCFTA: celebrating the adoption of new protocols on investment, intellectual property rights and competition policy ». *Commission économique pour l'Afrique*, 16 mars 2023, www.uneca.org/stories/%28blog%29-deepening-the-afcfta-celebrating-the-adoption-of-new-protocols-on-investment%2C. Page consultée le 31 juillet 2023.
- Compaoré, Erwan. « Burkina : bientôt les costumes des agents judiciaires seront en Faso Dan Fani ». *LeFaso.net*, 15 juin 2023, <https://lefaso.net/spip.php?article122219>. Page consultée le 23 juin 2023.
- Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED). « Le commerce au service de l'émancipation économique des femmes ». CNUCED, 2016, https://unctad.org/system/files/official-document/ciem8d2_en.pdf
- Conseil de la mode de Namibie. « Exploring the Value of Fashion as a Socio-Economic Cultural Expression of Namibia ».
- Council for International African Fashion Education (CIAFE). *Improving the Standards of Fashion Education in Africa*. CIAFE, 2021, https://www.ciafe.org/_files/ugd/916976_8c1b0dfa4e7d44a0a82a1daf6dae62d1.pdf?index=true.
- . *What Should be Taught in Fashion Schools in Africa*. CIAFE, 2021, https://www.ciafe.org/_files/ugd/916976_1a348d8a66d44182b03f6fb86086be4.pdf?index=true.

- . *The State of Fashion Education in Africa in 2021*. CIAFE, 2021, https://www.ciafe.org/_files/ugd/916976_b29d71b826904269af620a3a99650a41.pdf?index=true.
- Culture and Development East Africa. « Fashion E-Learning Portal ». CDEA, 2023, <https://www.cdea.or.tz/>.
- De Carvalho, Márcia. « L'Afrique doit-elle rester la solution pour notre recyclage textile ? ». *Chaussettes Orphelines*, 25 mars 2019, <https://chaussettesorphelines.com/blogs/infos/lafrique-doit-elle-rester-le-principal-debouche-pour-le-recyclage-textile>.
- « Deola Sagoe: Leading Lady of African Fashion ». *Lionesses of Africa*, 29 septembre 2019, www.lionessesafrica.com/lioness-deola-sagoe.
- Égypte, Central Agency for Public Mobilization and Statistics (CAPMAS). « The Results of the Fifth Economic Census 2017-2018 for Egypt by Economic Activity and Governorates ». *Egypt Statistics*, 2018, <https://censusinfo.capmas.gov.eg/Metadata-en-v4.2/index.php/catalog/405>.
- Einashe, Ismail. « Kenya Fashion: The Designers Giving Nairobi a Fashionable Name ». *BBC News*, 30 août 2022, www.bbc.com/news/world-africa-62556467.
- England, Lauren et al. « Africa Fashion futures : Creative economies, global networks and local development ». *Geography Compass*, vol. 15, n° 9, septembre 2021, <https://doi.org/10.1111/gec3.12589>.
- États-Unis d'Amérique, Département de l'agriculture des États-Unis, Foreign Agricultural Service. « Ethiopia Cotton Production Annual ». *Global Agricultural Information Network*, mai 2019, https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Ethiopia%20Cotton%20Production%20Annual_Addis%20Ababa_Ethiopia_5-29-2019.pdf.
- États Unis d'Amérique. Agence des États-Unis pour le développement international (USAID). « African Apparel Sector: Stitching Africa into the Global Value Chain ». *USAID, Africa Bureau Office of Sustainable Development*, 2014, https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PAOOTCSV.pdf.
- Ethical Fashion Initiative*. ITC Ethical Fashion Initiative, 2023, <https://ethicalfashioninitiative.org/>.
- « Exploitation or emancipation? Women workers in the garment industry ». *Fashion Revolution*, 2015, <https://www.fashionrevolution.org/exploitation-or-emancipation-women-workers-in-the-garment-industry/>. Page consultée le 27 juillet 2022.
- Farber, Leora. « Africanising hybridity? Toward an Afropolitan aesthetic in contemporary South African fashion design ». *Critical Arts*, vol. 24, n° 1, 2010, p. 128 à 167, <https://doi.org/10.1080/02560040903509234>.
- Ghana, Chambre nationale du commerce. « AGOA Trade Resource Centre (ATRC) ». *Chambre nationale du commerce du Ghana*, 17 mars 2017, <https://ghanachamber.org/agoa/>. Page consultée le 31 juillet 2023.
- GSMA Mobile Money Programme. *The State of the Industry Report on Mobile Money 2023*. Global Systems for Mobile Communication Association, 2023, <https://www.gsma.com/sotir/#download>.
- Goethe-Institut Sénégal. « OE Magazine - Édition spéciale Mode Sénégal ». *Goethe Institut*, 2021, https://www.goethe.de/resources/files/pdf197/_mode_senegal1.pdf?fbclid=IwAR1LtLMK08fpHzoFsGQbAjgkX5TUT_c6wXkBpyDZJMW6ezga__PbkUSac.
- Henley & Partners. « Africa Wealth Report 2023 ». H&P, 2023.
- Hersant, Benjamin. « The Best Countries for Fine Jewelry Manufacturing ». *Smart Arts Jewellery*, <https://smartartsjewellery.com/the-best-countries-for-fine-jewelry-manufacturing/>.
- Hivos East Africa. « The Kenyan Textile and Fashion Industry ». *Africa Cotton and Textile Industry Federation (ACTIF)*, <https://www.yumpu.com/en/document/read/55687419/the-kenyan-textile-and-fashion-industry>. Page consultée le 31 juillet 2023.
- Holognon, Alexandrine. « Afrique Avenir : Sébastien Bazemo, le designer qui réinvente le Koko Dunda ». *BBC News Afrique*, 22 octobre 2021, <https://www.bbc.com/afrique/59012114>. Entretien.
- International Cotton Advisory Committee (ICAC). « ICAC Data Dashboard ». <https://icac.org/DataPortal/DataPortal>. Page consultée en juillet 2022.
- Jackson, Tom. « Egyptian Fashion Rental Startup La Reina Banks Six-Figure Funding ». *Disrupt Africa*, 1er octobre 2020, <https://disrupt-africa.com/2020/10/01/egyptian-fashion-rental-startup-la-reina-banks-six-figure-funding/>.
- . « Ivory Coast-Based e-Commerce Startup Afrikrea Raises \$6.2m Pre-Series A Round, Rebrands ». *Disrupt Africa*, 11 janvier 2022, <https://disrupt-africa.com/2022/01/11/ivory-coast-based-e-commerce-startup-afrikrea-raises-6-2m-pre-series-a-round-rebrands/>.
- Jennings, Helen. *New Africa Fashion*. Prestel, 2011.
- . « Meet the Change-Makers Putting African Fashion Education into Focus ». *Industrie Africa*, 16 juillet 2021, <https://industrieafrica.com/blogs/imprint/report-business-of-african-fashion-industry-education-building-the-academic-curriculum-design-production-training-support>. Page consultée le 31 juillet 2023.
- Johnson, Sarah. « It's like a Death Pit: How Ghana Became Fast Fashion's Dumping Ground ». *The Guardian*, 5 juin 2023, <https://www.theguardian.com/global-development/2023/jun/05/yvette-yaa-konadu-tetteh-how-ghana-became-fast-fashions-dumping-ground>.

- Kagina, Alice. « AfCFTA: African Ministers Adopt Ban on Trade of Second-Hand Clothes ». *The New Times*, 2 juin 2023, <https://www.newtimes.co.rw/article/7985/news/africa/afcfta-african-ministers-adopt-ban-on-trade-of-second-hand-clothes>.
- . « Five Things to Know as AfCFTA Bans Trade on Second-Hand Clothes ». *The New Times*, 7 juin 2023, www.newtimes.co.rw/article/8084/news/africa/five-things-to-know-as-afcfta-bans-trade-on-second-hand-clothes.
- Kamara, Yarri B. « Why Nigerian Agbada Fabric Is (Often) Imported, While Indian Sari Fabric Is Local: A Comparative History of Textile Manufacturing ». *Africa Development/Afrique et développement*, vol. 48, n° 1, 23 mars 2023, <https://doi.org/10.57054/ad.v48i1.3031>.
- Karim, Nabeela. « How Decolonised African Fashion Is Inhabiting the V&A Museum ». *Twyg*, 24 août 2022, <https://twyg.co.za/how-decolonised-african-fashion-is-inhabiting-the-va-museum/>.
- Kenya, Bureau national de statistique. *Economic Survey 2022*. KNBStats, 2022, <https://www.knbs.or.ke/wp-content/uploads/2022/05/2022-Economic-Survey1.pdf>.
- . « Census of Industrial Production and Construction Report ». 2018.
- Konadu-Agyemang, Kwadwo. « The Best of Times and the Worst of Times: Structural Adjustment Programs and Uneven Development in Africa- The Case of Ghana ». *The Professional Geographer*, vol. 52, n° 3, novembre 2004, p. 469 à 483, <https://doi.org/10.1111/0033-0124.00239>.
- Lesotho, Bureau national de statistique. Comptes annuels 2021 du Lesotho. *Ministère du développement et de la planification du Lesotho*, 2022.
- Maasai Intellectual Property Initiative*. MIPI Trust, 2023, <https://maasaiintellectualpropertyinitiative.org/#about>
- Maroc, Haut-Commissariat au Plan. « Annuaire statistique du Maroc 2021 ». *Haut-Commissariat au Plan*, 2021, <https://www.hcp.ma/downloads/?tag=Annuaires+statistiques+du+Maroc>.
- Marquardt, Sandra et al. « Cotton in Africa: Sustainability at a Crossroads ». *Pan-Africa Sourcing Working Group*, 2020, https://www.biore.ch/wp-content/uploads/Cotton-in-Africa-Sustainability-at-a-Crossroads-White-Paper_final-2020608-tj8cl8.pdf. Page consultée le 31 juillet 2023.
- Maskus, Keith E. *Intellectual Property Rights in the Global Economy*. Institute for International Economics, 2000.
- Matsinde, Tapiwa. « Fashion: José Hendo Bark Cloth Fashion Collection ». *Atelier 55 - The Curator of Contemporary African Design*, 5 avril 2012, <https://www.atelier55design.com/fashion-uganda-jose-hendo-bark-cloth-fashion-collection/>.
- Meliado, Fabrizio et al. « Libérer la valeur cachée des sous-produits du coton dans les pays africains les moins avancés ». *Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED)*, octobre 2019, <https://unctad.org/news/unlocking-hidden-value-cotton-products-african-least-developed-countries>.
- Miettaux, Florence. « Au Soudan du Sud, la fierté de travailler dans la première fabrique de produits en cuir du pays ». *Le Monde Afrique*, 11 janvier 2023, https://www.lemonde.fr/afrique/article/2023/01/11/au-soudan-du-sud-la-fiert%C3%A9-de-travailler-dans-la-premi%C3%A8re-fabrique-de-produits-en-cuir-du-pays_6157478_3212.html.
- Mohamed, Yasmin. « Egypt to present sustainable fashion project at COP27 ». *AI Monitor*, 5 novembre 2022, <https://www.ai-monitor.com/originals/2022/11/egypt-present-sustainable-fashion-project-cop27>.
- Moroccan Denim & Fashion Cluster. « Le cluster de la mode au Maroc ». 2023, <https://mdfc.ma/>.
- Morsy, Hanan. « Accès au financement : pourquoi les femmes ne s'imposent-elles pas ? Les femmes s'excluent elles-mêmes du marché du crédit africain ». *Fonds monétaire international (FMI) Finances & Développement*, 2020, p. 52 et 53, <https://www.imf.org/fr/Publications/fandd/%20issues/2020/03/africa-gender-gap-access-to-finance-morsy>.
- Muhammad, Murtala et al. « Nigerian Textile Industry: Evidence of Policy Neglect ». *SARJANA*, vol. 33, n° 1, juin 2018, p. 40 à 56.
- Nadjindo, Alex et al. « La Nstt ouvre sa boutique à N'Djaména ». *N'djamena Hebdo*, 14 juillet 2021, <https://ndjamenahebdo.net/la-nstt-ouvre-sa-boutique-a-ndjamena/>.
- Namibia, Statistics Agency. *Annual National Accounts 2021*. Namibia Statistic Agency, 2021, <https://nsa.nsa.org.na/wp-content/uploads/2022/08/Annual-National-Accounts-2021.pdf>.
- Nascimento, Cristiane Mano and Silva, Minelle E. « The role of formalization in the insertion of social indicators in the supply chain of the popular garment sector ». *Gestão & Produção*, vol. 27, n° 4, 2020, <https://doi.org/10.1590/0104-530X4708-20>.
- Ncube, Mthuli et al. « The Middle of the Pyramid: Dynamics of the Middle Class in Africa ». *Banque africaine de développement, Market Brief*, 20 avril 2011, <https://www.afdb.org/en/documents/document/market-briefthe-middle-ofthe-pyramid-dynamics-ofthemiddle-class-in-africa-23582>.
- Ndeche, Chidirim. « Chimamanda Adichie Explains Why She Only Wears Nigerian Brands ». *The Guardian Nigeria*, 15 novembre 2017, <https://guardian.ng/life/life-features/chimamanda-adichie-explains-why-she-only-wears-nigerian-brands/>.

« Ngaye-Mékhé : L'État invité à prendre des mesures fortes au profit de l'industrie du cuir ». *Fédération atlantique des agences de presse africaines*, 24 janvier 2023, www.faapa.info/blog/ngaye-mekhe-letat-invite-a-prendre-des-mesures-fortes-au-profit-de-l-industrie-du-cuir/.

Nwachukwu, David. « The New-Age Concept Stores Reimagining the Way Africans Shop ». *Industrie Africa*, 13 décembre 2021, <https://industrieafrica.com/blogs/imprint/the-new-age-concept-stores-reimagining-the-way-africans-shop>. Page consultée le 26 juin 2023.

Odogwu-Atkinson, Benita. « Why the V&A's new Africa Fashion exhibition is important – and long overdue ». *The Conversation*, 8 juillet 2022, <https://theconversation.com/why-the-vandas-new-africa-fashion-exhibition-is-important-and-long-overdue-186514>.

Okyere, Michelle et Denoncourt, Janice. « Protecting Ghana's intellectual property rights in kente textiles: the case for Geographical Indications ». *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, vol. 16, n° 4-5, 2021, p. 415 à 426.

Omolo, J.O. « The Textiles and Clothing Industry in Kenya ». In *The Future of Textiles and Clothing Industry Sub-Saharan Africa*, édité par Herbert Jauch et Rudolf Traub-Merz, Frederich-Ebert-Stiftung. Bonn, 2006, p. 147 à 164.

« Organic Cotton Market Report 2021 ». *Textile Exchange*, 2021, https://textileexchange.org/app/uploads/2021/07/Textile-Exchange_Organic-Cotton-Market-Report_2021.pdf.

Organisation des Nations Unies. « The Role of Intellectual Property Rights in Promoting Africa's Development Overview of IPR in Africa ». *Bureau du Conseiller spécial pour l'Afrique*, 2022, www.un.org/osaa/sites/www.un.org.osaa/files/final_policy_paper_on_iprs_in_africa_fn_en_230822_v56883.pdf.

—. « Population 2030: Demographic Challenges and Opportunities for Sustainable Development Planning ». *Département des affaires économiques et sociales, Division de la population*, 2015, <https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Population2030.pdf>.

—. « World Population Prospects 2022 ». *Département des affaires économiques et sociales, Division de la population*, 2022, https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/wpp2022_summary_of_results.pdf.

—. *Base de données statistiques de l'Organisation des Nations Unies sur le commerce des marchandises*, <https://comtradeplus.un.org/>.

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). *Re|penser les politiques en faveur de la créativité : la culture, un bien public mondial*, 2022.

Organisation internationale du Travail (OIT). « Recommandation (n° 204) sur la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle, 2015 » *OIT*, 2015, https://www.ilo.org/dyn/normlex/fr/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:R204. Page consultée le 31 juillet 2023.

—. « More women in leadership for a sustainable garment and textile industry in Ethiopia ». *OIT*, 18 octobre 2021, www.ilo.org/africa/technical-cooperation/inclusive-industrialization/WCMS_823313/lang-en/index.htm.

Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI).

« L'industrie de la mode et du design en Afrique et sa valorisation par la propriété intellectuelle ». *OMPI*, 2011, https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/fr/ompi_pi_dak_15/ompi_pi_dak_15/www_319536.pdf.

Oxford Business Group. « Tunisia's government turns to the textiles sector to boost rural employment and drive economic change ». 2019, <https://oxfordbusinessgroup.com/reports/tunisia/2019-report/economy/trend-patterns-growth-opportunities-exist-for-textiles-in-diversified-source-markets-sustainable-fashion-and-innovative-fabrics>.

—. « Industry and Retail » in *The Report: Ghana 2019*, 2019, <https://oxfordbusinessgroup.com/reports/ghana/2019-report>.

Paracha, Zubair Naeem. « Egypt's Brantu raises seven-figure Series A for its fashion ecommerce platform ». *MENAbbytes*, 1^{er} novembre 2020, www.menabytes.com/brantu-series-a/.

« Pink ubuntu ». *Asantii*, <https://www.asantii.com/pages/pink-ubuntu>.

Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD).

« Solidarity between women entrepreneurs in Africa and Japan amplified through partnerships ». *PNUD*, 13 juin 2022, <https://www.undp.org/africa/news/solidarity-between-women-entrepreneurs-africa-and-japan-amplified-through-partnerships>. Page consultée le 31 juillet 2023.

Programme des Nations unis pour l'environnement (PNUE)

et Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques (CCNUCC). *The Sustainable Fashion Communication Playbook*. PNUD et CCNUCC, 2023, https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/42819/sustainable_fashion_communication_playbook.pdf?sequence=3.

« Roberta Annan launches €100m Impact Fund to invest in Africa's creative industries ». *The Vaultz News*, 7 octobre 2021, <https://thevaultznews.com/entertainment/roberta-annan-launches-e100m-impactfund-to-invest-in-africas-creative-industries/>.

- Sándorová, Zuzana. « What cultural aspects should be taught in FL lessons? – A model for evaluating the cultural content in FL course-books ». *Acta Scientiarum Language and Culture*, vol. 43, n° 2, 2021, <https://doi.org/10.4025/actascilangcult.v43i2.52066>.
- Semaine de la mode de Lagos. « Woven Threads III ». 2022, <https://lagosfashionweek.ng/woven-threads-iii/>.
- Sénégal, Agence nationale de la statistique et de la démographie. « Comptes nationaux semidéfinitifs de 2021 et définitifs de 2020 ». ANSD, 2022, https://www.ansd.sn/sites/default/files/2023-02/Note_analyse_comptes-nationaux_28_12_2022-rev.pdf.
- Sharma, Karina. « Meet the African Fine Jewelry Designer Bringing 'Soul, Style, Sustainability, and Substance' to the Industry ». *Vogue Arabia*, 24 décembre 2019, <https://en.vogue.me/fashion/fine-jewelry/vanlees-jewelry-interview/>.
- Signé, Landry. « Capturing Africa's high returns ». *Brookings Institution*, 14 mars 2018, <https://www.brookings.edu/articles/capturing-africas-high-returns/>.
- Songwe, Vera. « Le rôle de la numérisation dans la décennie d'action pour l'Afrique ». *Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED)*, 7 septembre 2020, <https://unctad.org/news/role-digitalization-decade-action-africa>.
- Stockton, Carol M. « The State of Fashion: Watches & Jewellery ». *The Journal of Gemmology*, vol. 37, n° 7, 2021, p. 666. <https://doi.org/10.15506/JoG.2021.37.7.666c>.
- Svejenova, Silviya et al. « Cooking up change in haute cuisine: Ferran Adrià as an institutional entrepreneur ». *Journal of Organizational Behavior*, vol. 28, n° 5, juillet 2007, p. 539 à 561, <https://doi.org/10.1002/job.461>.
- Système de paiement et de règlement panafricain. « Connecter les paiements. Accélérer le commerce de l'Afrique ». SPRP, 2023, <https://papss.com/fr/>.
- Tashobya, Athan. « Rwanda maintains tough stance on used clothes ». *The New Times*, 19 février 2018, www.newtimes.co.rw/article/148884/News/rwanda-maintains-tough-stance-on-used-clothes.
- Tchounyabe, Ruben. « Dabchy, premier réseau social de mode féminin et place de marché numérique en Tunisie ». *We are tech Africa*, 7 février 2022, <https://www.wearetech.africa/fr/fils/solutions/dabchy-premier-reseau-social-de-mode-feminin-et-place-de-marche-numerique-en-tunisie>.
- Torvaney, James. « Made-in-Ghana watch brand: How the founder of Caveman Watches built his business ». *How we made it in Africa*, 23 juin 2021, <https://www.howwemadeitinafrica.com/made-in-ghana-watch-brand-how-the-founder-of-caveman-watches-built-his-business/118711/>.
- Tranberg Hansen, Karen. « Helping or Hindering?: Controversies around the International SecondHand Clothing Trade ». *Anthropology Today*, vol. 20, n° 4, août 2004, p. 3 à 9, www.jstor.org/stable/3694995.
- . « How used clothes became part of Africa's creative economy – and fashion sense ». *The Conversation*, 1er août 2022, <https://theconversation.com/how-used-clothes-became-part-of-africas-creative-economy-and-fashion-sense-186575>.
- Tunisie, Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation. « Portail de l'industrie tunisienne ». *Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation*, <http://www.tunisieindustrie.nat.tn/fr/home.asp>.
- Union africaine. « Transformer la mode africaine pour transformer l'Afrique. L'Union africaine et l'Initiative AfroChampions font de la chaîne de valeur textile une nouvelle priorité économique en lançant l'Initiative Panafricaine en faveur de la mode ». *Union africaine*, 9 février 2019, https://au.int/sites/default/files/pressreleases/35797-pr-version_2_revisee_communIQUE_de_presse_pafi_final_fr.pdf. Communiqué de presse.
- Université de technologie de Durban, Département d'art et de design. « Beaux-arts et conception de bijoux ». *Durban University of Technology*, https://www.dut.ac.za/faculty/arts_and_design/fine_art_and_jewellery_design/.
- Victoria and Albert Museum. « Magician of the Desert: Alphadi ». *Victoria and Albert Museum*, www.vam.ac.uk/articles/magician-of-the-desert-alphadi. Page consultée le 31 juillet 2023.
- Whitfield, Lindsay. « Current Capabilities and Future Potential of African Textile & Apparel Value Chains: Focus on West Africa ». *Centre for Business and Development Studies*, CBDS Working Paper No. 2022/3, 2022, https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/86571519/lindsay_whitfield_et_al_current_capabilities_and_future_potential_of_african_textile_and_apparel_industries_publishersversion.pdf.
- www.fibre2fashion.com. « Top 10 Exporting Countries of Textile and Apparel Industry ». *Fibre2Fashion*, www.fibre2fashion.com/industry-article/8471/top-10-exporting-countries-of-textile-and-apparel-industry. Page consultée le 31 juillet 2023.
- . « Second-hand clothing in Africa: Opportunities and challenges ». *Fiber2Fashion*, https://static.fibre2fashion.com/articleresources/PdfFiles/94/Second-hand%20clothing%20in%20Africa%20Opportunities%20and%20challenges_9387.PDF.
- Yamama, Sara. « Fast Fashion in Africa ». *Infomineo*, 15 février 2021, <https://infomineo.com/consumer-goods-retail/fast-fashion-in-africa/>.

Le secteur de la **MODE** en **AFRIQUE**

Tendances, défis et opportunités de croissance

Le secteur de la mode contemporaine en Afrique est une pépinière de talents remarquables et déborde de potentiel, avec des créateurs et des designers établis et émergents qui combinent leurs savoir-faire traditionnels avec leur innovation et créativité pour créer des produits qui vont de la haute couture à la production de masse de vêtements et d'accessoires abordables. Grâce à leur héritage singulier, leurs compétences techniques inégalables et leurs visions créatives uniques, les créateurs de mode africains d'aujourd'hui font le lien entre le passé et le présent, puisant dans leurs racines culturelles pour créer des vêtements et des accessoires qui contribuent à façonner des récits visuels sans cesse renouvelés sur l'identité et les aspirations du continent.

Cette publication de l'UNESCO sur le secteur de la mode en Afrique donne un aperçu des tendances qui façonnent le secteur, des défis qui entravent son développement et de ses opportunités de croissance. En tant qu'outil de réflexion et d'action, elle est une invitation ouverte aux décideurs politiques africains et aux professionnels du secteur à se mobiliser pour poursuivre le dialogue et renforcer l'action concertée en faveur du secteur de la mode.



Diversité
des expressions culturelles

www.unesco.org/creativity/fr

