

Management des industries de la mode et du design textile en Côte d'Ivoire.

Auteur 1 : YAO Koffi Célestin.

YAO Koffi Célestin (0009-0003-3378-8690, Maître-Assistant)

Université Félix Houphouët-Boigny / UFR. Information Communication et Arts, Côte d'Ivoire

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : YAO .K C (2024) « Management des industries de la mode et du design textile en Côte d'Ivoire », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 26 » pp: 1275– 1303.

Date de soumission : Septembre 2024

Date de publication : Octobre 2024



DOI : 10.5281/zenodo.14168649

Copyright © 2024 – ASJ



Résumé

Les industries de la mode et du design textile en Côte d'Ivoire, et plus largement en Afrique nécessitent une administration et une structuration spécifiques basées sur des principes de management stratégique. Cet écosystème complexe intègre divers acteurs essentiels tels que les créateurs de mode et de design textile, les associations d'artistes et d'artisans du secteur, les promoteurs, les agences de communication, ainsi que les entreprises de production, de transformation et de développement, tous interconnectés par une chaîne de valeurs. L'objectif de cette recherche est de démontrer que la structure de ces industries repose sur cette chaîne, qui soutient non seulement leur potentiel économique, mais aussi leur dynamisme. Les résultats de cette étude montrent qu'un management réfléchi et structuré, fondé sur des savoir-faire et des paradigmes éprouvés, favorise la croissance économique, le développement des compétences, l'innovation, et la créativité. En outre, ce type de management permet aux acteurs institutionnels de remplir efficacement leurs missions en optimisant leur engagement dans le secteur. À travers une approche méthodologique hypothético-déductive, nous approfondissons ces résultats, partant du fait que le meilleur management des industries de la mode et du design textile ne s'improvise pas, il repose nécessairement sur un processus de valorisation. De cette architecture découle notre ligne argumentaire qui s'établit autour des notions comme la professionnalisation, la formation et la transmission des savoirs et savoir-faire, la qualité des ressources humaines, la numérisation et la capacité de production.

Mots clés : Management, Industrie, Mode, Design textile, Chaîne de valeurs.

Abstract

The fashion and textile design industries in Côte d'Ivoire, and more broadly in Africa, require specific administration and structuring based on strategic management principles. This complex ecosystem integrates various key players such as fashion and textile design creators, associations of artists and craftsmen in the sector, promoters, communication agencies, as well as production, transformation and development companies, all interconnected by a value chain. The aim of this research is to demonstrate that the structure of these industries is founded on this value-chain, which supports not only their economic potential, but also their dynamism. The results of this study show that thoughtful, structured management, based on proven know-how and paradigms, promotes economic growth, skills development, innovation and creativity. In addition, this type of management enables institutional actors to fulfill their missions effectively by optimizing their commitment to the sector.

Using a hypothetico methodological approach, this research delves into the notion that effective management of the fashion and textile design industries is founded on a structured value-creation process. This argumentative framework highlights key concepts such as professionalization, training and knowledge transfer, human resource quality, digitization, and production capacity.

Keywords : Management, Industry, Fashion, Textile design, Value chain.

Introduction

À la fin des années 1970, la Côte d'Ivoire bénéficiait d'un secteur textile industriel dynamique, produisant des tissus de haute qualité qui séduisaient les consommateurs à travers l'Afrique. C'est également durant cette période qu'une première génération de créateurs de haute couture installés en Côte d'Ivoire, à l'instar de Pathé'O et Chris Seydou (voir tableau N°2), a fait son apparition sur la scène nationale et internationale. Majoritairement formés par des Européens, ces créateurs ont su tirer parti des tissus, des styles et des savoir-faire africains pour créer des pièces originales qui exprimaient une nouvelle identité culturelle, politique et socioéconomique. Leurs créations représentaient une déclaration de souveraineté, affirmant une identité africaine riche et assumée, intégrant des matériaux emblématiques tels que le bogolan, le batik, le raphia et des matériaux locaux dans des modèles modernes. Ces dernières années, l'industrie de la mode et du design textile ivoiriens connaît un renouveau marqué par l'arrivée d'une nouvelle génération de créateurs visionnaires, déterminés à s'imposer sur les marchés local et international, notamment en Amérique et en Asie. À Abidjan, la prolifération de concept stores dédiés à la mode et au luxe africains atteste de cet engouement pour les marques locales, qui n'hésitent plus à défier la mode occidentale sur son propre terrain. Ces créateurs contemporains revendiquent une esthétique inspirée de la culture africaine tout en s'adaptant aux tendances mondiales, consolidant ainsi la position de la Côte d'Ivoire comme un acteur de plus en plus influent dans le secteur de la mode et du design textile. En Côte d'Ivoire, après une longue période d'incubation, la mode et le design textile ont définitivement pris leur envol. Selon un rapport de l'UNESCO, « 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 » (UNESCO, 2023). Ce dynamisme s'est d'abord manifesté à travers des figures emblématiques telles que Chris Seydou et Pathé'O, qui ont expérimenté des approches stylistiques inédites, en intégrant des matériaux africains tels que le bogolan, le batik, le raphia, et d'autres essences locales dans leurs créations. À la suite de ces pionniers, des marques africaines audacieuses ont émergé aux côtés des marques occidentales, redéfinissant les paradigmes de la mode et du design textile, tant sur le plan national qu'international. Aujourd'hui, il existe une esthétique de la mode et du design authentiquement africains, débarrassée de tout folklore et de toute complexité identitaire.

Depuis lors, la mode, le design textile, et les industries du vêtement et du pagne ont connu une croissance vertigineuse en Côte d'Ivoire, attirant un nombre croissant d'acteurs. Cette expansion touche à la haute couture, au mannequinat, à la promotion de la mode, ainsi qu'aux secteurs de

l'esthétique et de la création du beau. Par ailleurs, le secteur de la formation a pris une place de plus en plus importante, avec une multiplication des circonstances opportunes d'emploi et de stage pour les élèves en spécialités textiles et design des écoles d'arts appliqués et des beaux-arts. L'apprentissage ne se fait plus sur le tas comme auparavant, mais à travers des formations structurées, intégrant la création de mode, le dessin et le design textile, ainsi que des stages pratiques en techniques et technologies d'impression.

Problématique :

La croissance rapide du secteur de la mode et du design textile en Côte d'Ivoire pose la question de la structuration et de la pérennité des industries à eux dédiés. Comment peut-on organiser de manière optimale l'écosystème de la mode et du design textile afin de soutenir son potentiel économique et d'assurer un développement durable des compétences et de l'innovation ?

Objectif :

Cette recherche se propose comme objectif d'explorer le management des industries de la mode et du design. Celui-ci basé sur une chaîne de valeurs intégrée et adaptée aux réalités locales qui lui confère sa spécificité, peut contribuer à répondre à un certain nombre d'enjeux en société et à maximiser leur impact économique et culturel.

Questionnements :

Comment une chaîne de valeurs adaptée aux réalités locales peut-elle être mise en place pour optimiser l'écosystème de la mode et du design textile en Côte d'Ivoire ?

Quels types de programmes de formations intégrant les nouvelles technologies sont nécessaires pour développer les compétences des acteurs locaux dans le secteur de la mode et du design textile ?

De quelle manière une collaboration stratégique entre créateurs, entreprises, associations et institutions publiques peut-elle renforcer la compétitivité et la durabilité des industries de la mode et du design textile en Côte d'Ivoire ?

Hypothèses :

Une chaîne de valeurs bien définie, prenant en compte les spécificités culturelles et économiques de la Côte d'Ivoire, améliorera la structuration et l'efficacité des industries de la mode et du design textile, conduisant à une croissance économique durable.

L'implémentation de programmes de formation spécialisés intégrant les nouvelles technologies, axées sur le développement des compétences en design, production et marketing, augmentera l'innovation et la créativité au sein des industries de la mode et du design textile en Côte d'Ivoire.

La collaboration entre les créateurs de mode, les entreprises, les associations professionnelles et les institutions publiques favorisera un environnement propice à la pérennité des industries de la mode et du design textile, en stimulant les synergies et les échanges d'expertise.

Méthode et Plan de rédaction :

Dans une méthode hypothético-déductive, partant du fait que les industries de la mode et du design textile reposent sur une chaîne de valeurs, notre argumentaire va se baser justement sur un certain nombre de paradigmes et de valeurs du secteur d'activité.

Nous aborderons un certain nombre de points essentiels partant de la notion même de « chaîne de valeurs » du secteur de la mode et du design pour déboucher sur des recommandations pratiques. Nous aborderons donc tour à tour :

- La notion de chaîne de valeurs dans le secteur de la mode et du design textile ;
- la production, la transformation et le développement ;
- la création et la promotion ;
- la chaîne de valeurs du textile et des vêtements en Côte d'Ivoire ;
- les problématiques de professionnalisation ;
- l'artisanat et les problématiques liées aux artisans ;
- la capacité de production liée aux ressources humaines ;
- la numérisation des pratiques dans la chaîne de valeurs ;
- les écoles et structures de formation ;
- les recommandations pour sortir le secteur de la logique des prototypes.

Positionnement épistémologique et mode de raisonnement

Nous optons pour la méthode hypothético-déductive parce qu'elle sied à cette recherche qui a une vocation de recherche appliquée. Dans ce mode opératoire, nous émettons une hypothèse et celle-ci interroge principalement la notion de chaîne de valeurs dans les industries de la mode et du design textile. Elle postule que la meilleure maîtrise de ce réseau ou de cet écosystème de valeurs conduit à un meilleur management du secteur. L'hypothèse principale que nous formulons postule qu'« une chaîne de valeurs bien définie et prenant en compte les spécificités culturelles et économiques de la Côte d'Ivoire, améliorera la structuration et l'efficacité des industries de la mode et du design textile, conduisant à une croissance économique durable ». À partir de cette assertion, nous convoquons des conséquences et des réalités pratiques pour valider la principale hypothèse. Nous avons recours à cet effet à un ensemble de données constituées des principaux acteurs du secteur de la mode et du design textile que sont : les industries ou les producteurs de matières premières ; les créateurs de mode que sont les artistes

et les artisans ; la formation et l'apprentissage qui reposent sur les académies publiques et privées hormis les stages pratiques en immersion dans les petites et moyennes entreprises. De fait, le postulat épistémique choisi est positiviste, dans la mesure où notre argumentaire part pour l'essentiel de nos observations directes et à partir de faits objectifs confrontés eux-mêmes à ce qui se fait ou peut se faire de mieux ailleurs et dans le monde.

1. LA NOTION DE CHAÎNE DE VALEURS DANS LE SECTEUR DE LA MODE ET DU DESIGN TEXTILE

La chaîne de valeurs de la mode et du design textile est complexe et multidimensionnelle. Elle désigne un ensemble de dispositifs ou de dispositions entrant dans le fonctionnement idéal et dans la production de biens dans le secteur textile depuis l'étape de la fabrication des intrants et des matériaux jusqu'à la vente des produits transformés. Dans le dispositif de la chaîne de valeurs, chaque étape confère de la valeur au produit. La chaîne de valeurs se compose principalement de créateurs, de stylistes, de tailleurs ou couturiers, de designers, d'artisans, d'entrepreneur, de fournisseurs de matières premières, de distributeurs, de gestionnaires, de logisticiens. Ceux-ci doivent évoluer harmonieusement les uns à côté des autres, et répondre 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 sont des micros, petites et moyennes entreprises (MPME), qui tendent à desservir un marché local avec des vêtements et des accessoires prêts-à-porter et fabriqués sur commande. L'écosystème créatif 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 valeurs de la mode en Côte d'Ivoire repose sur l'interaction de ces sous-secteurs, qui présentent chacun leurs propres caractéristiques, défis et opportunités. Dans l'environnement actuel, les questions de mode éthique sont de plus en plus abordées. Celle-ci intègre à ce qui a été déjà cité, l'aspect environnemental et surtout l'aspect durable : « Les dimensions économiques, sociales et environnementales sur toute la chaîne de valeurs grâce à l'utilisation de matières biologiques et/ou naturelles, grâce à l'adaptation des systèmes de production pour le recyclage » (Quagliana, 2013, p.2).

Tableau N° 1 Représentation du modèle du prêt-à-porter

Prêt-à-porter		
Ressources et compétences <i>Matières premières</i> - matière première banale et peu coûteuse (coton, acrylique)	Organisation <i>Production</i> - standardisation de la production (en série)	Valeur <i>Conception</i> - produit standardisé
Métiers - création de modèles « mode »	Collection - 2 collections par an : Automne/Hiver, Printemps/ Été	Art - notion d'identité de la marque (riffé sous la forme d'une étiquette sur chaque vêtement)
Fabrication - Fabrication à la chaîne	Autres - canaux de distribution large - concentration sur la création et la distribution	Vente - prix attractif - volume important -programmation de l'obsolescence des produits antérieurs avec des périodes de promotions ou de soldes.

Source, (Quagliana, 2013, p.6)

1.1. Les évènementiels liés au secteur

Chaque année Abidjan accueille des rendez-vous importants : Abidjan Fashion Week, Afrik fashion show, les Awards de la mode, le Festival international de la mode d'Abidjan (FIMDA) du créateur Stéphane Mambo, Grand-Bassam Fashion Day.

La Côte d'Ivoire fait partie de l'«Initiative pour une mode éthique » (EFI), 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. En Côte d'Ivoire l'EFI 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.

1.2. Les avantages de la numérisation

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. 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 monde. Pour certains auteurs, la numérisation constitue une véritable évolution. Selon N. Bloemberg : « [...] la ligne de démarcation entre mondes physique et virtuel est de plus en plus floue. Une évolution que les confinements liés à la COVID-19 ont encore accélérée. [...] le défilé de la marque congolo-américaine Hanifa : sa fondatrice, la créatrice de mode Anifa Mvuemba, s'est très rapidement adaptée à cette situation inédite et a proposé un défilé révolutionnaire – car virtuel – « Pink Label Congo » en 2020 et s'est retrouvé en tête des sujets les plus discutés sur Twitter » (Bloemberg, 2024, p.1).

2. LA PRODUCTION, LA TRANSFORMATION ET LE DÉVELOPPEMENT

La Côte d'Ivoire est le 3^e pays exportateur de coton du continent environ 550 000 tonnes en 2021), derrière le Mali et le Burkina Faso. Cependant, à l'exception de quelques grands noms de la mode, on assiste encore à une précarité des petits artisans qui ont des difficultés à augmenter les productions et à se positionner sur le marché. 95% de la production de coton est destinée à l'exportation sans avoir été égrainée, effilée, cadrée ou course. Un constat désolant pour les acteurs de l'industrie qui déplorent le manque à gagner en matière de création d'emplois, de financement de valeurs ajoutées.

2.1. Le marché et la problématique du financement

De plus, les importations extérieures (d'Europe et de Chine) saturent le marché national ; l'industrie de la mode ivoirienne n'occupe que 20% du marché local. Les entreprises de la mode font face à de réels enjeux de logistique et d'approvisionnement, les coûts de machines et de matière première sont très élevés qui font que la production de mode reste artisanale et très coûteuse. Les lourdeurs administratives et fiscales n'incitent pas les entreprises à passer de l'informel au formel. En effet, les acteurs du secteur soulignent le manque d'investissements publics et privés. 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.

2.2. La fragmentation du secteur

Le MCF a souligné que la mode fait partie des secteurs prioritaires de l’écosystème culturel ivoirien et qu’à ce but le Ministère prévoit la création d’une Direction de la Promotion de la Mode et du Design. Néanmoins, l’industrie de la mode dépend d’autres ministères, notamment le ministère du Commerce et de l’Industrie. Cette fragmentation du secteur entre différents portefeuilles ministériels conduits souvent à l’élaboration de politiques qui sont au mieux non coordonnées, et, dans le pire des cas, contradictoires. 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.

3. LA CRÉATION ET LA PROMOTION

Tableau N° 2 Présentation des catégories des acteurs de la mode ivoirienne ainsi que leurs membres clés dans le cadre de la création et la promotion

Catégorie	Noms	Description et rôle
Les Pionniers	Chris Seydou, Pathé’o, Gilles Touré, Ciss St Moïse, Angy Bell, Étienne Marcel, Saint Joe, Michelle Yakice, Miss Zahui	Ces créateurs ont ouvert la voie de la mode ivoirienne et africaine, en intégrant des éléments traditionnels dans des créations modernes et en faisant connaître la mode ivoirienne sur la scène internationale.
La Jeune Génération	Élie Kwame, Ibrahim Fernandez, Loza Maleombho, Lafalaise Dion, Olooh Concept (Kader Diaby), Zak Kone (Pelebe), Yhebe Design (Rebecca Zoro), Simone et Élise, Kignon, Nanawax (Maureen Ayité), Laurence Chauvin, Momo Che, Anicet Tano, Rocard Yapo, Anderson D, Mb Design (Marie-Brigitte Kla), Tim Création, Patrick Asso, Franck	Cette catégorie regroupe des créateurs contemporains qui continuent de redéfinir la mode africaine, en utilisant des influences internationales et des matériaux locaux, tout en

	Gnamien, Modeste Ba, Yohou Couture, Michel Trah, Diamond Couture, Joséphine Memel, Nicole Amien, Missano, Korha Création (Roger Bango), Wafa, Niamien Couture, Ange Dady, Christ Joseph, Abalé Grâce Princesse	restant fidèles à leurs racines culturelles.
Les Associations	Association des Créateurs de Mode de Côte d'Ivoire, Association des FashionWeeks d'Afrique (AFWA)	Organisations qui soutiennent et promeuvent l'industrie de la mode ivoirienne et africaine, facilitant les opportunités pour les créateurs de se connecter et de partager leur travail.
Les Promoteurs	Isabelle Anoh, Fatim Sidimé, Nadia Druide, Isabelle Moreno, Kifack Beyrouth, Fabrice Yao Kouassi, Armande Meier, Marie-Flore Oka N'Guessan (Okinsse Groupe)	Personnalités influentes qui organisent des événements, gèrent des plateformes de mode, et jouent un rôle clé dans le développement et la promotion des créateurs et de la mode en Côte d'Ivoire.
Les Magazines et Sites	Afrikfashion Magazine, Life Magazine, Femme d'Afrique, Uniwax le Magazine, Milc Magazine, Kpatta.com	Médias qui mettent en avant les tendances, les créateurs, et les événements de mode en Afrique, en assurant une large visibilité pour les talents africains et leurs créations.

Source : nous-même

4. LA CHAÎNE DES VALEURS DU TEXTILE ET DES VÊTEMENTS EN CÔTE D'IVOIRE

En Côte d'Ivoire, la chaîne des valeurs du textile est représentée par quatre secteurs clés :

Les matières premières (Culture de Coton, Égrenage)

La transformation industrielle (Filature, Tissage, Impression)

La confection (Fabrication de Vêtement)

Les produits finis (Distribution)

Ces différents domaines sont répartis en quatre sous-secteurs que sont :

Les produits (matières premières)

Les entreprises du secteur de la transformation industrielle

Les emplois générés dans le secteur du textile et des vêtements

Les appuis institutionnels

Tableau N° 3 Structuration et présentation des informations sur la chaîne de production textile en Côte d'Ivoire

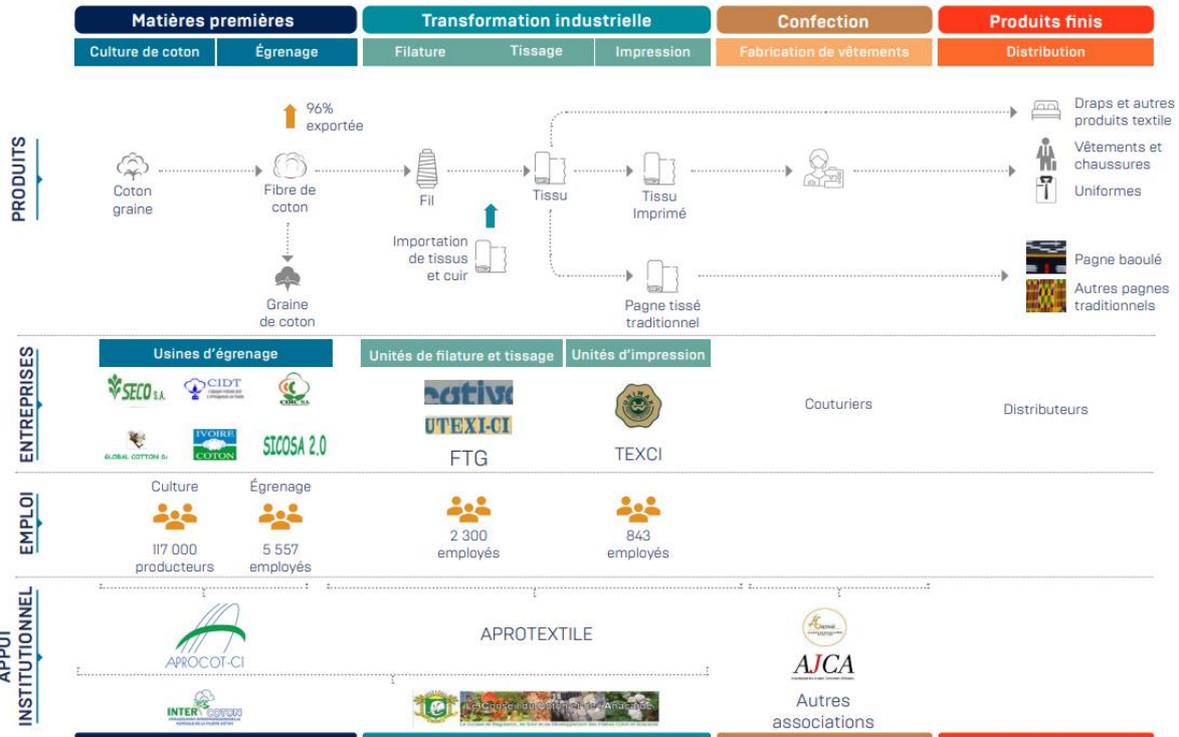
Section	Description
Les Produits (Matières Premières)	<ul style="list-style-type: none"> • Coton graine et Fibre de Coton (exportée à 96%) • Fil • Tissu, incluant tissu imprimé et pagne tissé traditionnel • Produits transformés : Draps, produits textiles divers, Vêtements, Chaussures, Uniformes • Pagne tissé traditionnel : utilisé pour fabriquer des Pagnes baoulé et autres pagnes traditionnels.
Les Entreprises de transformation industrielle	<ul style="list-style-type: none"> • Usines d'égrenage : SECO S.A, CIDT, IVOIRE COTON, SICOSA 2.0, COIC SA • Unités de filature et de tissage : COTIVO, UTEXI-CI, FTG • Unités d'impression : UNIWAX, TEXCI • Couturiers : transformation et production de vêtements • Distributeurs : mise en vente et distribution des produits textiles.
Les Emplois générés dans le Secteur	<ul style="list-style-type: none"> • Culture et Agriculture : 117 000 producteurs • Égrenage : 5 557 employés • Filature et Tissage : 2 300 employés • Impression : 843 emplois • Couturiers et tailleurs : nombre indéterminé, mais significatif • Distributeurs : nombre indéterminé, mais significatif.
Les Appuis institutionnels	<ul style="list-style-type: none"> • Matière Premières : APROCOT-CI et INTER COTON • Filature et Tissage : APROTEXTILE et le Conseil du Coton et de l'Anacarde • Confection : ACMCI (Association des Créateurs de Mode en Côte d'Ivoire), AJCA (Association des Jeunes Créateurs africains), et d'autres associations.

Sources : Arnaud Ngoran, Omar Al-Baz-Arab (2021), Dalberg Advisors (Côte d'Ivoire),

Textile, confection et mode en Côte d'Ivoire, Étude sectorielle.

Figure N°1, Aperçu de la chaîne des valeurs du secteur textile en Côte d'Ivoire

Figure 19 : Aperçu de la chaîne de valeur du secteur textile en Côte d'Ivoire



Source : « *Textile, confection et mode en Côte d'Ivoire, Étude sectorielle* », p. 53

5. LES PROBLÉMATIQUES DE PROFESSIONNALISATION

La problématique de la professionnalisation est nécessairement induite par la formation professionnelle pour les élèves et étudiants qui aspirent à être des professionnels du secteur de la mode et du design textile. Pour les couturiers, les tailleurs et les professionnelles du secteur qui ont appris sur le tas ou auprès de grands maîtres et professionnels et qui sont déjà installés à leur propre compte. Il y a une nécessité de renforcer leur capacité par l'adoption de certains réflexes tout en se parant des paradigmes nouveaux qui entourent ce métier. Ils doivent se munir des standards internationaux, pour mieux se conformer aux normes du marché international d'un point de vue technique, normatif et éthique (par exemple, être au fait des normes de développement durable, comme la norme ISO 26000 qui incite à une meilleure responsabilité sociétale et environnementale par la création d'une politique favorable à la protection de l'environnement, la norme ISO 45001, la norme ISO 14001, la Certification OHSAS 18001, la norme ISO 9001, la norme ISO 5001, les conventions n°138 et n°182 de l'OIT relatives au travail des enfants, etc.), savoir ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas/plus faire. Les professionnels de ce métier qui utilisent le cuir et qui veulent compétir ou proposer leurs

productions à l'international ne peuvent pas ignorer les normes très strictes liées au cuir, les interdictions liées aux peaux des animaux en voie de disparition, le mode d'abattage et la pollution (Bendell, Kleanthous : 20). D'un point de vue technique, il n'est pas logique et séant aujourd'hui pour un couturier, un tailleur et un designer, par exemple, d'ignorer la signature de ses productions, par le soin d'une étiquette portant les adresses, les contacts et le email. Il en va de même pour la création de sites internet, ou de site de visibilité de ses productions basiques comme Instagram, Facebook, Twitter ou LinkedIn, entre autres.

6. L'ARTISANAT ET LES PROBLÉMATIQUES LIÉS AUX ARTISANS

Selon Audrey Azoulay, « 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 » (Dalberg, Ngoran, Al-Baz-Arab : 6).

Les artisans du milieu de la mode et du design sont certes très nombreux, très peu peuvent s'enorgueillir de connaître les rouages de financement ou de bénéficier de financement pour l'installation de leur atelier (parfois insalubre) ou vitrine de présentation des prototypes. Le travail est rendu pénible, dans une ambiance où les maîtres artisans sont dans l'incapacité de recruter des apprentis pour les seconder dans les menus travaux de couture (la broderie, le faufilage, le plissage, la pose des boutons). Toute chose qui retarde la délivrance ou la livraison des commandes et provoque des conflits. Les lignes de crédits et de financement sont difficilement sinon impossibles à obtenir avec les structures bancaires, dans la mesure où les artisans ne tiennent pas de comptabilité transparente. Peu tiennent des comptes bancaires leur permettant de faire des dépôts réguliers à même de rassurer les structures bancaires à leur accorder des crédits sur la base d'une activité professionnelle régulière. Les garanties et les cautions de tierces personnes pour obtenir des lignes de crédits ne sont pas des habitudes très ivoiriennes, même au sein d'une même famille, *a fortiori* des pratiques à recommander pour des connaissances ou pour des amis.

Il y'a donc clairement une insuffisance des financements et des investissements dans le secteur de la mode et du design textile au sens d'Azoulay, hormis les artisans ou professionnels très bien organisés ou issus de familles prestigieuses. Peu d'artisans maîtrisent les arcanes de la propriété intellectuelle et du droit d'auteur, ce qui les expose au pillage de leurs inventions ou créations dans le secteur.

7. LA CAPACITÉ DE PRODUCTION LIÉE AUX RESSOURCES HUMAINES

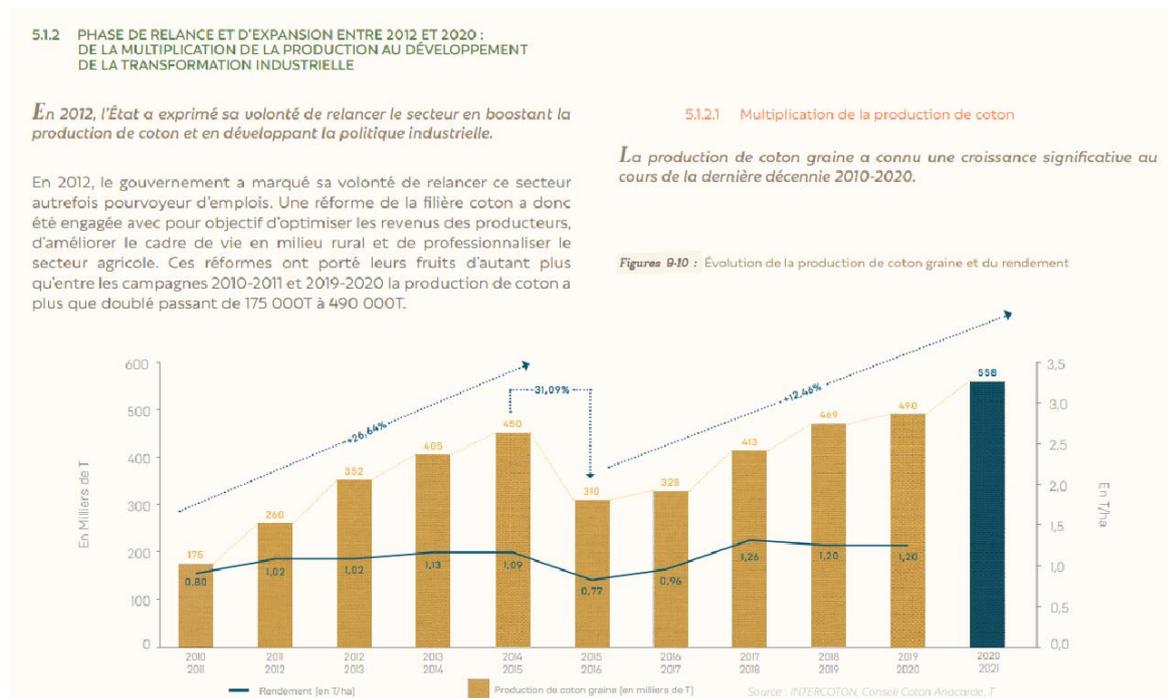
Les ressources humaines sont très bien représentées en nombre dans ce secteur. Les obstacles pourraient être liés à la qualité de la production et donc à la prise en compte des outils, des méthodes et conditions de travail.

Deux types de productions se dégagent.

7.1. Dans le domaine de la production des matières premières

Comme la culture du coton et l'égrenage, il y'a, pour l'heure, suffisamment d'entreprises de production de matières premières et de transformation industrielle dans le secteur qui génèrent 117 000 acteurs producteurs. La production connaît un essor vertigineux avec la production est 490 000 tonnes pour la saison 2019-2020 et probablement plus de 500 000 tonnes pour la saison 2022-2023, alors qu'elle était redescendue à 78 839 tonnes pendant la crise militaro-politique en 2003-2004, alors qu'elle était 396 217 tonnes en 2002-2003. Voir tableau Fig. 2 ci-dessous.

Figure N°2, Évolution de la production de coton graine et du rendement



Source : Dalberg Advisors (Côte d'Ivoire), Arnaud Ngoran, Omar Al-Baz-Arab (2021), *Textile, confection et mode en Côte d'Ivoire, Étude sectorielle*, p.46.

7.2. Dans le domaine de la confection

Dans le domaine de la confection, d'après le tableau de la chaîne de valeurs du textile en Côte d'Ivoire Fig. 1, issu du rapport de l'UNESCO sur l'industrie de la mode (Dalberg, Ngoran, Al-Baz-Arab, 2021, p.53), le chaînon faible est le secteur de la confection et de la fabrication de vêtement. Elle est axée uniquement sur les couturiers, à moins que le tableau ne soit pas bien instruit. Le nombre et la variété des acteurs ne sont pas suffisamment étayés dans le tableau, ce qui pourrait constituer un véritable frein pour toute politique de structuration du secteur Confection et Fabrication de vêtements. Les appuis institutionnels semblent plus informels à ce niveau, l'AJCA cité n'étant qu'une association des jeunes créateurs africains. Quand est-il des créateurs et des professionnels confirmés ? Dans le domaine de la confection, l'ACMCI (Association des Créateurs de Mode en Côte d'Ivoire) plus structuré semble se présenter comme l'organe unique de régulation des professionnels de ce métier. Le seul problème qu'on pourrait reprocher à l'ACMCI est ce qui fait aussi sa force, son élitisme du fait de son grand sérieux. Au titre du Bilan de l'ACMCI, nous pouvons citer des activités majeures comme : sa participation au Salon International du Tourisme, aux 8^e jeux de la Francophonie en 2017 en Côte d'Ivoire, à l'atelier sur les états généraux de l'industrie de la mode en Côte d'Ivoire, au défilé et expositions à la Foire des cultures internationales de Madrid en Espagne, à la Lagos Fashion Fare au Nigéria, à la Master Class Fashionomics Africa à Abidjan organisé par la Banque Africaine de Développement (BAD), à l'« Atelier Régional » du Fonds International pour la Diversité Culturelle FIDC organisé par l'UNESCO, au concours des jeunes designers de Mode Francophones à Reims en France, aux différents salons et festivals avec le Ministère de la Culture de Côte d'Ivoire (le SITA à Djibouti, le FIMA au Niger), le SNAC à Yamoussoukro). L'ACMCI nourrit des projets fondateurs de grande envergure (Abidjan Planet, 2022).

Tableau N°4 Présentation des quatre projets fondateurs de l'AMCI pour le développement de la mode et du textile en Côte d'Ivoire

Projet	Description	Objectif
Maison des Créateurs ACMCI	Siège de l'association avec des bureaux, salles polyvalentes, de formation et une boutique pour les créateurs.	Centraliser les activités des créateurs et soutenir leur développement.
Ligne de boutiques des Créateurs	Développement d'une chaîne de boutiques pour promouvoir le prêt-à-porter ivoirien et référencer les créateurs du pays.	Promouvoir et élargir la distribution des créations locales à travers le pays.
Unité de production industrielle	Création d'une unité de production textile de masse, inspirée de l'Éthiopie, pour la production et l'exportation de produits de grande consommation.	Lancer la production industrielle et exporter vers des marchés internationaux.
Salon de la Mode du Design et des Accessoires	Organisation d'un salon annuel pour exposer et échanger sur les tendances et innovations dans la mode, le design et les accessoires.	Créer des opportunités commerciales et promouvoir la créativité locale à une échelle plus large.

Source : Abidjan Planet (2022), *L'ACMCI dresse son bilan*. Repéré dans <https://abidjanplanet.ci/lacmci-dresse-son-bilan>

Le listing des quatre projets majeurs mis en lumière ici a pour conséquences immédiates de mettre en évidence les blocages, les incapacités et les problématiques liées aux ressources humaines dans ce secteur.

8. LA NUMÉRISATION DES PRATIQUES DANS LA CHAÎNE DE VALEURS

La numérisation participe de la professionnalisation.

L'étude de l'UNESCO (Dalberg, Ngoran, Al-Baz-Aarab, 2021) souligne que 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. 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 saisit 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.

En Côte d'Ivoire, c'est grâce, à la numérisation que les modèles de vêtement de Loza Maleombho ont également été aperçus sur la chanteuse Beyoncé, boostant ainsi la notoriété de la styliste sur le marché international de la Mode et du Design textile.

9. LES ÉCOLES ET STRUCTURES DE FORMATION EN CÔTE D'IVOIRE

9.1. Les écoles et structures de formation publique

Tableau N°5 "Présentation des écoles et structures publiques de formation

École/Structure	Description
INSAAC	<p>Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle</p> <p>Cet institut est un centre de formation majeur pour les arts et la culture en Côte d'Ivoire, avec des cours complets de stylisme et de mode, en passant par le design textile et la confection d'accessoires. Les élèves sont encouragés à s'engager dans des projets de recherche-crédation et à développer leur propre ligne de vêtements.</p> <p>Description : L'INSAAC, dépendant du Ministère de la Culture et de la Francophonie ainsi que du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, abrite l'ESAPAD (École Supérieure d'Arts Plastiques, d'Architecture et de Design), accessible après le baccalauréat. L'école propose une spécialité en Design textile, qui inclut diverses disciplines telles que le tissage, le tricotage, le macramé, et le stylisme.</p> <p>Formations :</p> <p>Stylisme et Mode : Conception et recherche de tenues, avec assistance d'un couturier (dès l'année académique 2023-2024).</p> <p>Accessoires : Design de sacs, chaussures, foulards, barrettes, etc.</p> <p>Impression : Confection de produits d'ameublement (rideaux, nappes, etc.).</p>

	<p>Objectifs : Les élèves sont encouragés à créer des projets concrets et à développer leur propre marque ou collection. Cependant, des équipements pour la confection de vêtements manquent encore, ce qui pourrait freiner le développement de certaines compétences pratiques.</p>
<p>UFR ICA</p>	<p>Unité de Formation et de Recherche en Information, Communication et Arts</p> <p>L'Université Félix Houphouët-Boigny offre une formation dans les arts plastiques, avec une spécialisation en design textile. La filière prépare les étudiants aux techniques de création textile, incluant le dessin, la teinture, et les méthodes d'impression, sous l'enseignement d'experts du domaine.</p> <p>Description : située à l'Université Félix Houphouët-Boigny, l'UFR ICA propose des formations en arts plastiques, avec une spécialité textile accessible après le baccalauréat. Les cours y sont dispensés par des professionnels expérimentés, tels que M. Ngoran, diplômé de l'École des Beaux-Arts d'Abidjan.</p> <p>Formations : Techniques de macramé, tapisserie, maquettes de pagne, tricotage, design de modèles et de motifs, et impression de tissus par pochoir.</p> <p>Diplôme : À la fin de leur formation, les étudiants obtiennent un Master en Design textile.</p>
<p>CTAA</p>	<p>Centre Technique des Arts Appliqués de Bingerville</p> <p>Ce centre technique prépare les élèves à toutes les techniques textiles, en mettant l'accent sur les méthodes traditionnelles comme le batik et le wax. Le diplôme de fin d'études permet aux diplômés de poursuivre des études plus avancées ou de devenir enseignants dans les établissements de formation professionnelle.</p> <p>Description : Le CTAA, dépendant du Ministère de la Culture, est accessible après le BEPC et un concours d'entrée. Il propose une formation de 3 ans en Design textile et Surface.</p> <p>Formations :</p> <p>Initiation au batik et techniques textiles variées (Wax, Fancy, produits segmentés).</p>

	<p>Les élèves choisissent une technique pour la présentation de leur diplôme à la fin de la 3e année.</p> <p>Diplôme : Les diplômés reçoivent un Brevet Technique, équivalent au baccalauréat, ce qui leur permet de continuer leur formation à l'ESAPAD ou d'enseigner dans des centres de formation techniques.</p>
<p>CRAMA</p>	<p>Conservatoire Régional des Arts et Métiers d'Abengourou</p> <p>Le CRAMA forme les jeunes à divers métiers artistiques, contribuant à la préservation des traditions culturelles et à l'intégration socio-économique. Les programmes offerts sont axés sur l'initiation, la formation professionnelle, et la promotion des métiers d'art, avec une forte emphase sur l'impact social et culturel.</p> <p>Description : Cet établissement public forme les étudiants à divers domaines artistiques (musique, arts plastiques, danse, théâtre) et vise à orienter les élèves vers des carrières socioprofessionnelles. Il est engagé dans la sauvegarde des traditions artistiques.</p> <p>Formations :</p> <p>Cours du jour : Formation de 3 ans pour le 1er et le 2d cycle, avec des attestations de fin de formation.</p> <p>Cours d'initiation : destinées aux élèves du primaire, du secondaire, et aux adultes, offrant la liberté d'inscription.</p> <p>Objectifs : Le CRAMA prépare ses élèves aux métiers de designer textile et de lissier, encourageant l'auto-entrepreneuriat par la création de petites unités de production textile. Les réformes envisagées incluent la création de certificats d'aptitude professionnelle et de brevets techniques artistiques.</p>

Source : YAO Koffi Célestin (2020), *Arts et Mondialités, Anthologie de pensées critiques*», Éditions l'Harmattan.

9.2. Les écoles et structures de formation privée d'envergure

Tableau N°6 Présentation des écoles et structures de formation privée d'envergure

École/Structure	Description	Formations proposées	Diplôme	Objectifs
ÉCOLE INTERNATIONALE DE FORMATION PROFESSIONNELLE MICHELE YAKICE	Créée en 1998, située à Cocody, Abidjan. Fondée par la créatrice Michèle Yakice.	- Stylisme et Modélisme - Esthétique, Coiffure - Tissage et Teinture - Décoration d'intérieur - Incubateur Grain de Mode	Diplômes reconnus par le ministère et FDFP	Former et accompagner des entrepreneurs de la mode.
ÉCOLE DE MODE TIDIANE TRAORE	Créée en 1972, première école de mode en Côte d'Ivoire. Accueille des élèves de toute l'Afrique.	- Stylisme et Modélisme - Perfectionnement pour couturiers et tailleurs	Diplômes de Stylisme et Modélisme	Former des spécialistes en couture, ouverts sur le marché africain.
CENTRE DE FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE CARINE N'	Créé en 1986, avec plus de mille élèves.	- Couture - Coiffure - Esthétique	CAP et Attestations d'Aptitude Professionnelle	Offrir une formation complète pour des métiers divers liés à la mode.
ÉCOLE PROFESSIONNELLE DES MÉTIERS DE	Créée en 2019 par le mannequin	- Mannequinat - Design, Stylisme	CAP	Former des professionnels en mode et

LA MODE ET DU MANNEQUINAT (EP2M)	Fatim Sidimé, agréée par le Ministère de l'Éducation Nationale. De l'Enseignement Technique et de la Formation Professionnelle	- Coiffure - Conciergerie de luxe		mannequinat avec un parcours diplômant.
---	--	--------------------------------------	--	---

Source : nous-même

Ce tableau offre une vue d'ensemble complète, intégrant non seulement les spécialisations de chaque école, mais aussi leurs diplômes et accréditations, ainsi que leurs objectifs spécifiques. Cela permet d'apprécier les particularités de chaque établissement et leur contribution à la mode en Côte d'Ivoire et dans la sous-région.

10. LES RECOMMANDATIONS POUR SORTIR LE SECTEUR DE LA LOGIQUE DES PROTOTYPES

Pour que le secteur de la mode et du textile en Côte d'Ivoire devienne plus compétitif et économiquement viable, il est nécessaire de dépasser la logique des prototypes. Cette logique fait référence au modèle de production principalement axé sur la création de pièces uniques ou en petites séries. Ces recommandations visent à structurer le secteur du textile et de la mode pour qu'il puisse répondre aux exigences des marchés nationaux et internationaux, en créant un cadre plus robuste pour la production en série, l'innovation, et la compétitivité.

10.1. Industrialisation et Innovation

Pour faire progresser le secteur de la mode et du textile en Côte d'Ivoire au-delà des prototypes, il est crucial d'implémenter des paradigmes managériaux axés sur l'industrialisation, l'innovation et une stratégie orientée vers le marché. Cela implique d'investir dans des équipements modernes pour permettre la production à grande échelle, ainsi que de créer des zones industrielles dédiées, favorisant la concentration des entreprises, optimisant la logistique et réduisant les coûts de production.

10.2. Renforcement des partenariats avec des marques d'envergure et incitation fiscale

Encourager des collaborations stratégiques entre le secteur privé local et des marques internationales de renom permettrait de bénéficier de leur expertise et d'accéder à leurs réseaux

de distribution et de connexion. Cette attitude permettra également de lutter contre les stéréotypes développés sur les vêtements africains. En termes de réseau L. Pather parle d'un « *réseau institutionnalisé de la mode* » (Pathers, 2013, p.128). Selon Pathers :

« Un créateur seul ne peut faire la mode, c'est plutôt un réseau tissé d'interactions qui permet de faire exister la plateforme des semaines de la mode, d'en faire un organisme visant à maintenir les règles qu'il a établies. » (Pather, 2013, p.128).

10.3. Développement de la formation dans des écoles compétentes et compétitives et des pôles de spécialisation académiques

Le domaine de la mode et du design textile n'est pas statistique. De nouvelles capacités et techniques de production sont créées ou inventées. Les spécialistes du domaine, à commencer par les écoles, doivent se mettre à jour en accroissant ou en offrant des formations académiques plus spécialisées et plus adaptées aux chaînes de production, notamment dans les formations spécifiques en gestion de la production, d'équipement, d'approvisionnement, ainsi que dans les techniques de couture industrielle. Dans le cadre de la formation, les structures de formations en Côte d'Ivoire ne peuvent pas évoluer en vase clos. Il y'a nécessité de développer des partenariats stratégiques avec d'autres structures académiques hors de la Côte d'Ivoire et le réseau institutionnalisé de la mode. Des conventions entre structures académiques du Nord et du Sud peuvent permettre des partages de compétences et le renforcement des capacités dans des domaines non suffisamment implémentés en Côte d'Ivoire. L'académie et l'école jouent comme des référentiels de qualité et de meilleure formation. À ce propos, selon L. Pather :

« Citer l'école de mode dans laquelle un styliste a étudié est un indicateur de qualité, et une façon pour l'auteur de rappeler la position dominante du styliste en question. Dans l'article *Man power*, consacré à un jeune styliste du Cap, dès les premières lignes la journaliste Emma Jordan positionne le styliste en mentionnant sa formation, ne permettant pas au lecteur de douter de son statut de créateur de mode. Elle indique de Stiaan Louw est diplômé de la Haute Couture School of Fashion Design. À la lecture de cette information, le statut du créateur de mode s'impose à l'esprit du lecteur et oriente sa perception. Le fait qu'il sache, avant même de connaître le travail de ce jeune homme, que ce dernier est diplômé d'une telle école impose une compétence » (Pather, 2013, p.149).

10.4. Accroissement de la chaîne d'approvisionnement endogène

La Côte d'Ivoire ne peut pas se permettre de dépendre de l'extérieur pour ce qui concerne l'approvisionnement en matière première. Elle doit se donner les moyens d'assurer la quantité et la qualité des intrants pour nourrir ses industries de la mode et du design au plan local dans

la construction d'un label propre, par exemple « *Made in Côte d'Ivoire* ». Cela passe par la transformation du mode de production agricole jusqu'à la transformation des denrées en produits consommables et industriels.

10.5. Accompagnement en ressources financières et facilités bancaires et fiscales

Il est très ardu de trouver des financements et des possibilités de crédit pour les entreprises locales agissant dans le domaine de la mode et du design textile, or l'avons-nous dit l'industrie de la mode nécessite des capitaux importants.

La mode, telle qu'elle est présentée dans la SAFW¹ ou l'AFI² est une mode de produits coûteux et raffinés, elle est issue d'une culture qui est valorisée. [...]. La mode officielle correspond donc à la culture « officielle », élitiste. Présentée et acceptée comme la référence, elle est qualifiée en Afrique du Sud par le terme anglais de « High Fashion ». C'est donc une mode « haute » induisant l'idée d'une hiérarchisation, elle se trouverait au sommet de la pyramide des goûts vestimentaires » (Pather, 2013, p.144-145).

Mêmes quand les financements existent les taux d'intérêt des crédits bancaires en Côte d'Ivoire sont très élevés et finissent par devenir un goulot d'étranglement. Il est impérieux de trouver des moyens et possibilités de financement des entreprises de ce département entrant dans la ligne de production, de confection et de distribution. Tout comme à Québec, bien accompagné, ce secteur peut devenir un pôle de croissance, parce que considéré comme prioritaire. En ce qui concerne l'exemple de Québec, O. Amoussou :

« Le secteur de la mode fait partie des secteurs prioritaires, car il constitue un moteur important de l'économie québécoise, et il favorise l'innovation et la créativité. Dans le secteur du vêtement, Montréal est la première ville de la mode au Canada et la 3^e en Amérique du Nord » (Amoussou, 2009, 18).

Pour attirer des investissements étrangers, il est crucial d'offrir des incitations fiscales attractives aux investisseurs souhaitant implanter des usines de production en Côte d'Ivoire.

10.6. Promotion des produits « *Made in Côte d'Ivoire* » hors Côte d'Ivoire dans un environnement élitiste

Des politiques culturelles de promotion des industries de la mode et du design textile doivent être mises en place ou encouragées à travers des initiatives privées agissant en contexte. Des festivals, salons et foires internationaux, aussi bien au plan national qu'international doivent

¹ South African Fashion Week

² Africa Fashion International

permettre aux produits et aux acteurs ivoiriens d'être visibles et répondre présent, mais également d'avoir accès un marché global élitiste. Selon L. Pathers :

« La mode est sans nul doute une expression culturelle à la fois populaire et élitiste. Si le plus grand nombre s'attache à suivre les tendances de mode, le monde de la mode est quant à lui difficilement accessible. Quand ils ne sont pas uniquement réservés aux médias ; les défilés restent peu ouverts : une réservation et un paiement préalables sur internet sont indispensables pour obtenir une place » (Pather, 2013, p.128).

Conclusion

Cette étude s'est proposé d'explorer les dynamiques du management des industries de la mode et du design textile en Côte d'Ivoire en partant de l'hypothèse que le succès de celui-ci repose sur une chaîne de valeurs intégrée ou à intégrer aux réalités locales. Cette chaîne réunit les différentes étapes, dont la production textile, partant de l'approvisionnement en matières premières à la conception et ensuite à la commercialisation. Les questions essentielles étaient de savoir principalement ce qu'on pouvait entendre par la notion même de chaîne de valeurs et comment adapter celles-ci aux réalités sociales, culturelles et économiques spécifiques de la Côte d'Ivoire. Subsidiatement, il a s'agit de savoir quelles formations appropriées intégrant les techniques et technologies nouvelles au sein des structures académiques publiques et privées, pourraient renforcer les compétences des acteurs locaux d'une part et celle de la compétitivité des industries endogènes d'autre part, tout en se servant dans le même temps de ce qui se fait de mieux au monde. De quelle manière une collaboration stratégique entre créateurs, entreprises, associations et institutions publiques peut-elle renforcer la compétitivité et la durabilité des industries de la mode et du design textile en Côte d'Ivoire ?

La réponse qui se dégage est que la chaîne de valeur est un dispositif qui comporte « *des étapes qui confèrent de la valeur au produit* », partant de l'étape des ressources et compétences (matières premières), de celle de l'organisation (production) à celle de la valeur ou de la valorisation (conception). Les matières premières étant composées essentiellement de coton, d'acrylique ; la production ayant un rapport avec la standardisation ou la création en série ; la conception concernant le produit final en tant que tel standardisé (voir tableau N°1).

Plus précisément, la chaîne de valeurs se compose de créateurs, de stylistes, de tailleurs ou couturiers, de designers, d'artisans, d'entrepreneur, de fournisseurs de matières premières, de distributeurs, de gestionnaires, de logisticiens et *in fine* de formateur (les académies de formation). Le dynamisme du secteur de la mode et du textile d'un pays repose sur le fait que chaque étape est professionnellement bien tenue et ne comporte aucune faille et faiblesse. Dans un sens, si dans un pays nous avons de la bonne matière et de bons matériaux, mais si nous n'avons pas des ouvriers qualifiés pour les mettre en exploitation, le management ne peut être que déficient. Parler du management des industries de la mode et du design textile, c'est en quelque sorte parler du management de la chaîne de valeurs qui elle désigne en définitive l'ensemble des paradigmes technique, technologique, fonctionnels et socioculturels permettant de produire et de mettre à disposition une production spécifique, sitôt qu'elle doit prendre en compte les créations d'un pays. En contexte, elle doit être bien définie et prendre en compte les

spécificités culturelles et économiques de la Côte d'Ivoire, débouchant sur le concept de label, notamment le label « *Made in Côte d'Ivoire* ».

La notion de management ou de meilleur management repose nécessairement sur l'adoption et l'application d'une chaîne de valeur dynamique. En Côte d'Ivoire (figure N°1), il existe un écosystème favorable : « *la chaîne de valeur du textile et des vêtements est en développement avec des maillons à différents niveaux de maturité en termes de création d'emplois, technologie et de ressources humaines qualifiées* » (Dalberg, Ngoran, Al-baz-arab, 2021, p.52). En définitive, un management efficace des industries de la mode et du design textile repose sur une chaîne de valeur bien structurée. Le secteur doit être soutenu par des acteurs et compétences locaux solides ayant une capacité d'adaptation à l'évolution technique, technologique et aux dynamiques économiques internationales. Le secteur de la mode et du design textile nécessite de sortir du modèle unique et du prototype par le respect d'un mode opératoire. Pour ce faire, cette étude a recommandé le suivi d'un certain nombre de priorités :

l'industrialisation et l'innovation, le renforcement des partenariats avec des marques d'envergure et l'incitation fiscale, le développement de la formation dans des écoles compétentes et compétitives et des pôles de spécialisation académiques, **l'accroissement de la chaîne d'approvisionnement endogène**, l'accompagnement en ressources financières et l'adoption de facilités bancaires et fiscales, la promotion des produits « *Made in Côte d'Ivoire* » hors Côte d'Ivoire et dans les environnements élitistes.

BIBLIOGRAPHIE

- 1- AMOUSSOU Ophélie A. (2009), *Stratégie et plan d'action du secteur de la mode et de l'habillement*, Montréal.
- 2- YAO Koffi Célestin (2020), *Arts et Mondialités, Anthologie de pensées critiques*», Éditions l'Harmattan.

Webographie :

- 3- ABIDJAN PLANET (2022), *L'ACMCI dresse son bilan*. Repéré dans <https://abidjanplanet.ci/lacmci-dresse-son-bilan/>
- 4- AKINA de Kouassi (2021), *École des arts, Conservatoire Régional des Arts et Métiers d'Abengourou : Tout ce qu'il faut savoir !* Repéré dans <https://www.djasso.com/decouverte-bienvenue-au-conservatoire-regional-des-arts-et-metiers-d-abengourou-crama-a16229711961.html>
- 5- BENDELL Jem, KLEANTHOS Anthony (2007), *Deeper Luxury – Quality and style when the world matters*. Repéré dans WWF.org.UK.
https://assets.wwf.org.uk/downloads/luxury_report.pdf
- 6- BLOEMBERG Ninke (2024), *L'Avenir du patrimoine de la mode est numérique*. Repéré dans <https://journals.openedition.org/insitu/40495>
- 7- CAMARA Sharon (2022), *Écoles de mode reconnues : et si vous partiez étudier en Côte d'Ivoire ?* Repéré dans <https://fashionunited.fr/actualite/mode/ecoles-de-mode-reconnues-et-si-vous-partiez-etudier-en-cote-d-ivoire/2022012728870>
- 8- MACHADO Oliveira (2016), *Le cuir : entre luxe et scandale, comment les conditions animales peuvent-elles être transparentes*, heg. Repéré dans <https://core.ac.uk/download/pdf/79426878.pdf>.
- 9- DALBERG ADVISORS, NGORAN Arnaud, AL-BAZ-ARAB Omar (2021), *Textile, confection et mode en Côte d'Ivoire, Étude sectorielle*, Dalberg Advisors (Côte d'Ivoire). Repéré dans https://invest-for-jobs.com/assets/media/dateien/Etude_Textile-confection-et-mode-en-C%C3%B4te-d'Ivoire.pdf
- 10- PATHER Lakshmi (2021). *La création vestimentaire dans l'Afrique du Sud post-apartheid : expression d'interactions multiculturelles*. Hal open science. Récupéré sur <https://theses.hal.science/tel-03443330v1/file/PATHER.pdf>

- 11- QUAGLIANA Flavia (2013), *Le business model durable dans l'industrie du textile habillage*. Récupéré sur <https://www.strategie-aims.com/conferences/23-xxieme-conference-de-l-aims/communications/2946-le-business-model-durable-dans-l-industrie-du-textile-habillement/download>
- 12- UNESCO (2023), *Le secteur de la Mode en Afrique, Tendances, défis et opportunité de Croissance*. Repéré dans <https://www.unesco.org/fr/articles/lafrique-prochain-champion-mondial-de-la-mode-rapport-unesco>
- 13- UNIWAX (2013), *Michele Yakice*. Repéré dans <https://www.uniwax.com/fr/michele-yakice>.