



# LA REVUE SÉNÉGALAISE DES SCIENCES DE L'INFORMATION

LARSIC / ED-ETHOS / EBAD / UCAD

## **Les savoirs endogènes en question**

*Sous la direction de Aminata KANE et Moussa SAMBA*



# LA REVUE SÉNÉGALAISE DES SCIENCES DE L'INFORMATION

LARSIC / ED-ETHOS / EBAD / UCAD

## **Les savoirs endogènes en question**

*Sous la direction de Aminata KANE & Moussa SAMBA*

Préface du professeur Bernard DIONE

Ecole de Bibliothécaires, Archivistes et Documentalistes

Université Cheikh Anta DIOP de Dakar

Tél. 00 (221) 33 825 76 60

© EBAD-2024

Tous droits réservés

# COMITÉ SCIENTIFIQUE

- Annaëlle France Winand (Université de Montreal- EBSI)
- BALIMA Dimitri Régis (Université Joseph KI-Zerbo)
- BOCOUM Hamady (UCAD, Musée des civilisations Noires-Sénégal)
- BOULESNANE Sabrina (Université Lyon 3 - France)
- BOUZIDI Laid (Université Lyon 3 - France)
- CASENAVE Joana (Université de Lille - France)
- CHEVRY PEBAYLE Emmanuelle (Université Haute Alsace - France)
- COTE Christian (Université Lyon 3 - France)
- DIAKHATE Djibril (EBAD-UCAD-Sénégal)
- DIONE Bernard, (EBAD-UCAD-Sénégal)
- DIOP Papa Momar ( Unesco et ARCMoW )
- EL HACHANI Mabrouka (Université Lyon 3 - France)
- FAU Jean-François (Université Senghor d'Alexandrie, Égypte)
- FLEURY Béatrice (Université de Lorraine – France)
- GUIMARÃES José Augusto Chaves (Université São Paulo - Brésil)
- KOUAKOU Sylvestre K. (EBAD-UCAD-Sénégal)
- LIQUETE Vincent (MICA-Bordeaux)
- MBENGUE Moustapha (EBAD-UCAD-Sénégal)
- MUSTAFA EL HADI Widad (GERiico, Lille 3)
- NDIAYE Ahmeth (EBAD-UCAD-Sénégal)
- OLEMBE Esther (Archives Nationales - Cameroun)
- PAM Adam Aly (UNESCO-Paris)
- SAMBA Moussa (EBAD-UCAD-Sénégal)
- SLAVIC Aida (Universal Decimal Classification Consortium - Pays-Bas)
- STALDER Angèle (Université Lyon 3 - France)
- WIOROGÓRSKA Zuza (université de Varsovie)

## Table des matières

INTRODUCTION : LES SAVOIRS ENDOGENES EN QUESTION	<b>AMINATA KANE &amp; MOUSSA SAMBA</b>	1
LA FONCTION DES THRENES DANS LE TEMOIGNAGE DE LA MORT ET LA PERENNISATION DES TREPASSES DANS LA MEMOIRE COLLECTIVE BAFIA (1880-1944)	<b>LEOPOLD SEDAR EDONG</b>	10
LE SANG DU VENTOUSEUR (YEMEN)	<b>ANNE REGOURD</b>	30
SANGOMAR : UN MYTHE, DES RESSOURCES, UN ENVIRONNEMENT DE PRODUCTION	<b>MAME ARAME</b>	
<b>SOMMARE</b>		58
LES PRINCIPES DE CONSTRUCTION D'UN IMAGINAIRE SOCIETAL DANS LE PEKAAN DE GELLAAY AALI FAAL A LA GENERATION ACTUELLE DES CHANTRES DE CE GENRE COMMUNAUTAIRE	<b>HAMET MAIMOUNA DIOP</b>	77
DE L'EPISTEMOLOGIE A L'EPISTEMICIDE : LE SOCIOLOGUE FACE AU DENI DE SCIENTIFICITE DES SAVOIRS ENDOGENES	<b>AMETH BA &amp; KHALIFA MBOW</b>	95
L'IBOGA. UN PATRIMOINE NATUREL, CULTUREL ET NATIONAL AU SERVICE DU MONDE	<b>IDOMBA</b>	
<b>MBOUKOUABO CLAIRE VERSUELA</b>		112
SAVOIRS ENVIRONNEMENTAUX ET CIRCULATIONS : PERSPECTIVES GEO-HISTORIQUES SITUEES DEPUIS LA CARAÏBE	<b>LINDA BOUKHRIS</b>	130
CONSERVATION DES PRATIQUES CULTUELLES TRADITIONNELLES CHEZ LES LEBU DU SENEGAL : FOLIE OU GENIE D'UN PEUPLE ?	<b>MOUSSA SAMBA</b>	145
ÉPISTEMOLOGIE FEMININE ET CODAGE MASCULIN DU RECIT SOCIAL	<b>MAMADOU FALL &amp; AMINATA KANE</b>	163
SAVOIRS FEMININS ET DEVELOPPEMENT TERRITORIAL : QUELLES STRATEGIES DE VALORISATION DU PATRIMOINE SOCIO-ECONOMIQUE DES NANA BENZ DANS LES POLITIQUES PUBLIQUES TOGOLAISES ?	<b>ESSOZIMINA BAMAZE N'GANI</b>	180

# Savoirs féminins et développement territorial.

*Quelles stratégies de valorisation du patrimoine socio-économique des Nana Benz dans les politiques publiques togolaises ?*

*Women's knowledge and territorial development: what strategies for enhancing the socio-economic heritage of the Nana Benz in Togolese public policies?*

Essozimina BAMAZE N'GANI

Doctorante en Gouvernance et Intégration Régionale, PAUGHSS,  
Yaoundé II

[essoziminabamaze@gmail.com](mailto:essoziminabamaze@gmail.com)

## Résumé

Longtemps piliers de l'économie togolaise, les célèbres commerçantes appelées *Nana Benz* ont marqué de leur empreinte la deuxième moitié du 20ème siècle. Grâce à leur audace entrepreneuriale et à leur maîtrise des réseaux régionaux, elles ont dominé le commerce national et influencé les échanges régionaux. Cependant, leur héritage culturel et économique semble aujourd'hui négligé. En retraçant leur parcours, cet article révèle la nécessité de préserver ce pan de mémoire collective, gage d'un développement territorial inclusif. Surtout, il propose des pistes pour promouvoir - via partenariats public-privé-communautaire - l'entrepreneuriat féminin, clé d'un avenir prospère pour l'autonomisation des femmes togolaises.

**Mots-clés** : Nana-Benz, entrepreneuriat féminin, Patrimoine culturel immatériel, Politiques publiques, Développement territorial.

## Abstract

For a long time, the famous traders known as *Nana Benz* were pillars of the Togolese economy, leaving their mark on the second half of the 20th century. Thanks to their entrepreneurial daring and mastery of regional networks, they dominated national commerce and influenced regional trade. However, their cultural and economic heritage now seems neglected. By retracing their journey, this article reveals the need to preserve this part of collective memory, key to inclusive territorial development. Above all, it proposes ways to promote - through public-private-community partnerships - women's entrepreneurship, the key to a prosperous future for Togolese women empowerment.

**Keywords**: *Nana-Benz*, women's entrepreneurship, intangible cultural heritage, public policy, local economic development.

fr

## Introduction

« Je plains vraiment la jeune génération. Elle n'a pas d'avenir dans les pagnes. C'en est véritablement fini des Nanas Benz et des Nénettes, leurs filles. », déclarait Mme Creppy, doyenne des célèbres commerçantes togolaises (Jeune Afrique, 2005). Ses propos résonnent avec acuité et soulignent le déclin d'un modèle entrepreneurial féminin historique au Togo : celui des Nana Benz.

En effet, depuis les époques précoloniales, les femmes africaines ont largement contribué aux économies locales à travers leurs activités commerciales (NU. CEA, 1988 :1)) et le partage intergénérationnel de connaissances<sup>1</sup>. Au Togo, les Nana Benz ont incarné dans la deuxième moitié du 20<sup>ème</sup> siècle cette force entrepreneuriale féminine, contrôlant près de 50% du commerce national et une grande partie du commerce Ouest-africain (Yarbone, 2023 : 838) grâce à leur maîtrise séculaire du négoce des wax hollandais. Pilier de l'économie informelle<sup>2</sup> (WIEGO, 2022), ce matriarcat marchand<sup>3</sup> a stimulé l'activité commerciale locale.

Cependant, confrontées aux mutations économiques liées à la mondialisation comme l'émergence des importations, leur influence décroît depuis les années 1990 (Gaston-Breton, 2020). Bien que des analyses et écrits préexistants se soient penchés sur la question des Nana Benz au Togo, force est de constater que peu d'études ont véritablement appréhendé ce phénomène sous l'angle d'un patrimoine culturel et économique dont la préservation s'avère impérative pour l'économie togolaise et les générations futures. Si la menace de la disparition de ce matriarcat marchand a pu susciter quelques réflexions, l'urgence de promouvoir la pérennisation de ce capital immatériel riche d'enseignements demeure encore largement inexplorée.

À cet égard, les travaux sur les Nana Benz permettent de saisir l'émergence et le rôle fondateur de ce réseau commercial dirigé par des femmes. Dans son article, Toulabor (2012) propose une contribution précieuse en documentant de manière exhaustive l'histoire et l'organisation de ce groupe marchand emblématique. Plus récemment, l'étude de Sánchez

---

<sup>1</sup> Pour aller plus loin dans la compréhension du « partage intergénérationnel de connaissances », voir Antoine, P. (2007). Les relations intergénérationnelles en Afrique Approche plurielle. Paris : Éditeur scientifique.

<sup>2</sup> L'économie informelle, telle que définie par le WIEGO (Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing), englobe un ensemble diversifié d'activités économiques, d'entreprises, d'emplois et de travailleurs qui ne sont pas réglementés ou protégés par l'État. À l'origine, ce concept s'appliquait au travail indépendant dans les petites entreprises non enregistrées. WIEGO est un réseau mondial axé sur la sécurisation des moyens de subsistance des travailleurs pauvres, en particulier les femmes, de l'économie informelle.

<sup>3</sup> On parle de "matriarcat marchand" car les *Nana-Benz* ont développé, à la tête de familles élargies, des réseaux commerciaux performants en dehors du cadre traditionnel où les femmes étaient cantonnées aux tâches domestiques. Grâce à leur maîtrise des circuits d'approvisionnement et des marchés locaux et régionaux, ce modèle économique matrilinéaire a stimulé de façon notable l'activité commerciale au niveau local.

(2023) a mis en lumière, à travers une approche méthodologique innovante combinant revue de littérature et modélisation économétrique, les déterminants du commerce informel des femmes dans la région de la CEDEAO. Ses résultats, basés sur des données primaires du Nigeria et du Togo, permettent une comparaison quantitative des caractéristiques des *Nana Benz*. Par ailleurs, Vampo (2021) éclaire la transformation de l'entrepreneuriat féminin au Togo en examinant les parcours d'entrepreneures qui se définissent comme "modernes".

L'analyse des travaux de Toulabor, Vampo et Sánchez révèle des perspectives complémentaires. Toulabor met en avant le rôle historique des *Nana Benz* dans l'économie togolaise, soulignant leur impact durant les années 1960-1970 et les représentations qui leur sont associées. En revanche, Vampo explore les parcours des entrepreneures contemporaines qui se distancient des figures mythiques des *Nana Benz*, témoignant d'une transformation significative dans le paysage commercial. Sánchez apporte une dimension économétrique à cette discussion, quantifiant les effets de la mondialisation sur les *Nana Benz* et les femmes dans le commerce informel, tout en analysant le déclin de ce modèle entrepreneurial. Bien que Toulabor souligne l'impact négatif de la concurrence chinoise et de la contrefaçon, Vampo met en lumière comment ces défis influencent les aspirations des nouvelles générations. De plus, alors que Toulabor ne traite pas des stratégies de préservation du patrimoine immatériel, Vampo et Sánchez, malgré leur attention à l'innovation, laissent également cette question en suspens. Les dimensions politiques et culturelles de la patrimonialisation demeurent peu documentées. Ainsi, dans la continuité de ces travaux pionniers et afin de combler ces lacunes, la présente étude se propose d'explorer les stratégies de valorisation de ce pan essentiel de l'histoire économique, sociale et culturelle du Togo.

Il convient, pour la suite de notre analyse, d'accorder une attention toute particulière à la notion de « patrimoine culturel immatériel », laquelle revêt dans le cadre de cette réflexion une importance capitale. Ainsi que le définit l'UNESCO, le patrimoine culturel immatériel renvoie aux « *traditions ou expressions vivantes héritées de nos ancêtres et transmises à nos descendants* », englobant des éléments aussi divers que les « *traditions orales, les arts du spectacle, les pratiques sociales, les rituels, les événements festifs, les connaissances sur la nature ou l'univers, ou encore les savoir-faire artisanaux* » (UNESCO, 2011). Ce patrimoine immatériel se caractérise par plusieurs attributs essentiels. Tout d'abord, il se veut à la fois traditionnel et contemporain, embrassant aussi bien les traditions héritées du passé que les pratiques actuelles. Par ailleurs, il se veut inclusif et représentatif, puisque des expressions similaires peuvent exister au sein de diverses communautés. Surtout, il prend racine au cœur même des communautés qui le reconnaissent, le font vivre et le transmettent de génération en génération.

Dans le cas présent, le patrimoine immatériel des Nanas Benz se compose de plusieurs éléments interdépendants, à commencer par leurs savoir-faire commerciaux séculaires acquis au fil des échanges sur les marchés ouest-africains. Ces compétences incluent une maîtrise experte du négoce des pagens importés et une connaissance fine des réseaux commerciaux (M'Hammdi, 2015). Leur patrimoine immatériel intègre également les usages et représentations qui structurent leur modèle entrepreneurial matriarcal. Ces représentations assignent historiquement aux Nana Benz un rôle économique, politique et culturel de premier plan, respecté de tous. Enfin, il englobe les savoir-être relationnels développés par ces femmes, à l'image de leur art subtil du dialogue et de la négociation commerciale mis en lumière par Leroux et Chouraqui dans leur ouvrage "Négociation commerciale - De la théorie à la pratique" (Leroux & Chouraqui, 2016 :288).

Le terme « Nana Benz » désigne littéralement les « Dames de Mercedes » en langue éwé<sup>4</sup>, en référence à leur habitude de se déplacer en voiture de luxe allemande, symbole de leur réussite économique. Elles sont devenues connues sous ce nom car entre le milieu des années 1950 et les années 1980, elles avaient gagné tellement d'argent qu'elles étaient les seules à pouvoir s'offrir des Mercedes Benz. Le gouvernement louait même leurs voitures pour les invités officiels<sup>5</sup>. Selon le blog "African Heritage" (2024), « *l'expression Nana Benz en est venue à symboliser la liberté, l'ingéniosité, la créativité, la fierté, la réussite, le succès et le courage de ces femmes. Une femme n'est pas devenue Nana Benz par héritage ou choix de société, mais par son propre travail* ». En vendant les fameux tissus wax dans toute l'Afrique de l'Ouest, les Nana Benz ont fait fortune en quelques décennies, en développant des savoir-faire commerciaux et en s'appropriant un vaste réseau transnational. Simples intermédiaires des sociétés européennes sous la colonisation, elles ont su façonner ce réseau (Sylvanus, 2006 : 179). Aujourd'hui, leurs filles, désignées sous le terme de « Nanettes » en raison du déclin symbolique de la Mercedes, ne font pas seulement du commerce avec l'Afrique mais aussi avec de nouveaux partenaires comme la Chine, afin de maintenir leur position dominante sur le marché régional des textiles.

---

<sup>4</sup> Langue principalement parlée par le peuple éwé au Togo, également présente au Bénin, Ghana et Nigeria ; reconnue comme langue nationale au Togo où elle est largement utilisée et enseignée, assurant ainsi sa pérennité.

<sup>5</sup> Le General Gnassimbe Eyadema, alors Président du Togo, faisait fréquemment appel aux « Nana Benz » afin de pallier le manque de véhicules officiels à disposition pour les visites d'État. En effet, ces riches femmes d'affaires mettaient volontiers leurs luxueuses berlines Mercedes à la disposition du chef de l'État, qui les sollicitait pour transporter les dignitaires étrangers reçus sur le territoire national. En contrepartie de ces services rendus, les « patronnes » du Grand Marché de Lomé parvenaient habilement à négocier des avantages fiscaux conséquents auprès du pouvoir politique, tout en conservant une influence certaine sur les affaires du pays, compte tenu de leur rôle actif dans le processus de décolonisation.





*Figure 1. Les Nana Benz devant leur Mercedes : source ; TogoArchives, 2002*



*Figure 2. Une Nanette dans sa boutique, Source, Jeune Afrique, 2014*

Quant au concept de « développement territorial », plusieurs auteurs l'ont exploré en mettant l'accent sur la valorisation des ressources et savoir-faire locaux. Danflous et al. (2011) considèrent dans leur ouvrage sur la valorisation des ressources locales que le développement territorial repose sur une approche locale centrée sur la spécificité de chaque territoire et la reconnaissance des savoir-faire locaux, dans une logique de développement durable. Torre (2018) a quant à lui écrit sur les moteurs du développement territorial, en soulignant le rôle des processus de production et de gouvernance locaux dans la création de richesses partagées. Grison et Rieutort (2017) qui ont dirigé un ouvrage sur la valorisation des savoir-faire productifs et les stratégies de développement territorial, mettent pour leur part l'accent sur la nécessité de prendre en compte les particularités de chaque territoire, notamment à travers la mise en valeur du patrimoine, le tourisme ou l'innovation sociale. Ces travaux montrent que le développement territorial peut s'appuyer sur les ressources et compétences spécifiques de chaque zone géographique, plutôt que d'appliquer des modèles uniformes.

Dans cette vision, le développement territorial implique une approche participative où les acteurs locaux (entreprises, institutions, associations, habitants) sont impliqués dans la définition des objectifs et stratégies de développement. Il s'agit de mobiliser les ressources endogènes d'un territoire, telles

que les ressources naturelles, les savoir-faire locaux et les infrastructures existantes, afin de favoriser la création d'emplois, l'innovation et la compétitivité. Conceptualisé ainsi, le patrimoine culturel immatériel protéiforme des *Nana Benz*, riche de savoirs commerciaux séculaires, pourrait constituer un levier de développement territorial durable pour le Togo. En effet, ce patrimoine singulier mériterait d'être préservé, notamment au regard de sa potentielle valorisation en tant que ressource identitaire et économique au service du développement local. La présente étude se propose d'examiner dans quelle mesure ce patrimoine unique pourrait effectivement être mobilisé comme tel, conformément à l'approche de développement territorial précédemment définie.

À l'instar de la situation décrite par Lawal (2023) au Ghana, l'irruption de textiles chinois sur le marché togolais affecte les commerçantes locales. En effet, longtemps perçus comme des copies de piètre qualité, les pagnes importés de Chine sont désormais considérés comme des alternatives crédibles grâce à leurs designs attractifs et leur solidité accrue. Cette évolution a entraîné un recul de la demande pour les tissus traditionnels, plus onéreux. Par ailleurs, les *Nana Benz* sont confrontées à une concurrence déloyale d'importations asiatiques à bas prix inondant le marché. S'ajoutent à cela les défis de la mondialisation, avec l'émergence du commerce en ligne, bouleversant les circuits traditionnels d'approvisionnement. À ce sujet, plusieurs auteurs ont exprimé des préoccupations quant à l'impact du commerce en ligne sur les marchés traditionnels. Moati (2021) discute des restructurations importantes dans le secteur du commerce, induites par le développement du e-commerce. De même, Marion (2023) explore la transformation du commerce de détail face à l'avènement du commerce connecté. Ces travaux soulignent que si le numérique offre de nouvelles opportunités, il peut également déstabiliser les circuits de distribution physiques et représenter un défi pour les commerçants locaux. Ainsi, l'avènement des plateformes marchandes en ligne bouleverse les pratiques séculaires d'échange des *Nana Benz*, ancrées dans l'économie de proximité. Par ailleurs, le phénomène d'exode rural des jeunes générations, peu enclines à perpétuer ces activités, compromet également la transmission intergénérationnelle des savoir-faire. En outre, le manque de reconnaissance institutionnelle de leur héritage économique et culturel par les pouvoirs publics togolais fragilise sa sauvegarde. Peu de mesures concrètes ont été adoptées pour valoriser ce patriarcat marchand emblématique de l'identité nationale. Une réflexion s'impose donc quant aux moyens de préserver ce patrimoine menacé.

Une enquête qualitative exploratoire a été menée auprès de dix jeunes individus appartenant à la nouvelle génération, afin d'évaluer leur niveau de connaissance vis-à-vis du terme *Nana Benz* et de l'histoire qu'il recouvre. Les résultats révèlent que, seulement deux des personnes interrogées détenaient une compréhension exacte de cette expression, se limitant à

décrire les *Nana Benz* comme des femmes commerçantes prospères évoluant dans le grand marché de Lomé. Plus précisément, un guide d'entretien semi-directif a été élaboré et soumis à dix volontaires âgés de 18 à 25 ans. Les questions portaient sur la signification du terme « Nana Benz », le rôle historique de ces figures matriarcales dans le commerce local, ainsi que leur influence économique et sociale passée. Les réponses enregistrées puis retranscrites verbatim révèlent une méconnaissance globale du sujet, hormis pour les deux individus cités. Ces résultats préliminaires soulignent le risque de disparition progressive d'un pan entier du patrimoine culturel immatériel togolais, faute d'actions concrètes pour en assurer la sauvegarde et la transmission aux nouvelles générations.

En effet, le savoir-faire commercial et l'esprit d'entreprise développés par les *Nana Benz* au fil des décennies constituent un véritable patrimoine socio-économique qui, s'il était judicieusement valorisé, pourrait contribuer à dynamiser l'économie locale et favoriser l'autonomisation des populations. C'est pourquoi il apparaît essentiel d'accorder une place centrale à ce capital immatériel dans les politiques publiques togolaises. C'est dans cette optique que se formule la problématique centrale de la présente réflexion : **comment parvenir à valoriser le patrimoine socio-économique des *Nana Benz* au sein des stratégies de développement territorial mises en œuvre par les pouvoirs publics togolais, afin d'en pérenniser les savoir-faire et de les placer au service d'une croissance inclusive et durable au Togo ?**

Afin de répondre à cette problématique centrale, la présente étude s'est appuyée sur une démarche méthodologique qualitative. Des entretiens semi-directifs ont ainsi été menés auprès d'un échantillon de cinq jeunes femmes, héritières du commerce traditionnel des *Nana Benz*. L'objectif était de recueillir le témoignage de ces figures de la nouvelle génération, afin de mieux cerner l'histoire socio-économique de ces matriarches qui ont durablement marqué le tissu commercial local. Un guide d'entretien a été élaboré, abordant des thématiques telles que le parcours personnel des enquêtées, leurs pratiques commerciales actuelles, leur rôle au sein de la communauté ou encore l'évolution de ce métier au fil des générations. D'une durée moyenne d'une heure et demie, ces entretiens ont fait l'objet d'une retranscription sociologique, suivie d'une analyse thématique. Cette démarche qualitative, centrée sur la collecte de témoignages, visait à apporter un éclairage sur ce patrimoine socio-économique singulier, jusqu'alors trop peu documenté. Elle permet ainsi de mieux saisir les enjeux de sa préservation et de sa valorisation dans une optique de développement territorial inclusif.

Les résultats de cette démarche méthodologique permettent désormais de saisir le patrimoine socio-

économique singulier de ces pionnières du commerce et d'en évaluer le niveau actuel de reconnaissance. Dans un premier temps, il s'agira de retracer le parcours remarquable de ces figures matriarcales, véritables pionnières du commerce local. En nous appuyant sur les témoignages recueillis auprès de leurs jeunes héritières, nous mettrons en exergue leur indéniable réussite entrepreneuriale, ainsi que leur rôle moteur dans la trame socio-économique du Togo. Nous analyserons également la dimension culturelle forte de leur activité, symbole d'émancipation féminine profondément ancré dans l'histoire du pays. Dans un second temps, nous nous attacherons à identifier les leviers d'action à la disposition des pouvoirs publics pour assurer la transmission pérenne de ce précieux patrimoine. Nous nous intéresserons aux mesures à déployer afin de préserver leur savoir-faire face aux menaces actuelles, notamment par un soutien avisé à l'innovation. Par ailleurs, nous préconiserons la mise en place de programmes innovants, en partenariat étroit avec les héritières des *Nana benz*, pour transmettre leur mémoire aux plus jeunes générations et graver ce legs dans l'identité culturelle nationale.

## **1. Le parcours remarquable des Nana-Benz**

Dès la fin du XIXe siècle, les *Nana-Benz* ont réussi à créer un modèle commercial exceptionnel qui repose sur le commerce de détail. Bien que ces femmes aient rencontré des difficultés en raison de leur genre, elles ont démontré un fort esprit d'entreprise qui leur a permis d'élargir leurs activités commerciales. Grâce à leur persévérance et à leur expertise en matière d'affaires, elles ont joué un rôle essentiel dans l'économie togolaise, générant des richesses et des emplois à l'échelle locale. Toutefois, leur impact s'est étendu au-delà de leur seul succès financier (Bidwell, 2020)<sup>6</sup>. Ces figures matriarcales ont aussi laissé un héritage culturel riche. Elles ont représenté un modèle d'émancipation féminine qui a marqué l'identité du Togo en s'imposant dans un domaine masculin. C'est donc ce patrimoine protéiforme, à la fois économique et culturel, voire politique, qui sera l'objet d'une analyse dans les évolutions à venir, en nous concentrant d'abord sur leur succès commercial puis sur la signification symbolique de leur rôle de pionnières.

### **1.1. Leur succès commercial et leur impact socio-économique**

Le succès commercial des *Nana Benz* a débuté dans un contexte économique favorable au Togo des années 1970. À

---

<sup>6</sup> Selon l'auteur, ces femmes ont utilisé la richesse et l'influence qu'elles ont acquises pour façonner le paysage politique de l'Afrique de l'Ouest du XXe siècle. En tirant parti de leurs réseaux et de leur connaissance des marchés régionaux, elles ont pu développer les économies de consommation pendant le colonialisme, financer le mouvement de décolonisation au Togo et faciliter la transition turbulente entre l'indépendance et la dictature militaire de l'ancien président Gnassingbé Eyadéma.

cette époque, le pays connaissait selon Gaston Breton (2020), un essor important grâce à l'exploitation du phosphate. Néanmoins, de nombreux commerçants avaient abandonné leurs activités pour occuper des postes dans la nouvelle administration publique, jugés plus lucratifs. C'est dans ce contexte qu'un petit groupe d'une vingtaine de femmes entrepreneuses, ont saisi l'opportunité pour se lancer dans le commerce. Originaires de villages ruraux et pour la plupart non instruites, elles sont venues s'installer à Lomé, centre économique du pays, afin de gagner leur vie.

Leur objectif était double : combler le vide laissé par les commerçants devenus fonctionnaires, mais aussi relancer le commerce des wax hollandais, ces tissus colorés qui avaient longtemps irrigué l'Afrique de l'Ouest avant de disparaître des marchés. Pour ce faire, ces pionnières ont su tisser un partenariat stratégique avec la société Vlisco (Bruggeman, 2017 : 197), alors en perte de vitesse, afin d'obtenir l'exclusivité de distribution des wax sur toute la région. Grâce à leur position privilégiée de grossistes installées à Lomé, principal port ouest-africain, et à la forte demande pour ces tissus encore rares, les Nana Benz ont rapidement pris le contrôle du marché. Faisant preuve d'un remarquable esprit d'entreprise, elles ont su développer un vaste réseau commercial s'étendant sur toute la région ouest-africaine. C'est ainsi qu'elles ont bâti, en quelques années seulement, leur empire commercial florissant.

Comme nous venons de le voir, les Nana Benz ont su tirer profit de leur position stratégique à Lomé, capitale du Togo pour développer leur commerce de distribution des wax hollandais à travers l'Afrique de l'Ouest voire même l'Afrique centrale. Installées au cœur du principal port régional, point d'entrée des cargaisons en provenance d'Europe, ces entrepreneuses bénéficiaient en outre de l'exclusivité accordée par leur fournisseur, la Vlisco African Company. Ainsi, selon le témoignage de Madame Afiwa Kodjo, ancienne assistante de Madame Créppy, l'approvisionnement des marchés s'organisait par convois réguliers de camions transportant les tissus jusqu'aux différents pays clients. Grâce à ce maillage commercial s'étendant du Burkina Faso au Congo et à la forte demande pour ces biens encore peu accessibles, les Nana Benz parvenaient à écouler leur marchandise avec de substantielles marges bénéficiaires estimées entre 4 à 22% des chiffres d'affaires, soit des montants compris entre 10 millions à 2 milliards FCFA par an pour certaines grossistes (Toulabor, 2012 : 72).

Les sources documentaires attestent que les fonds dégagés étaient en partie réinvestis sous forme de prêts à des taux plus avantageux, générant ainsi de nouvelles sources de profits. Par cette gestion avisée de leur flux logistique et financier, les pionnières ont su développer un empire commercial florissant, fondement de leur prospérité économique et de leurs revenus considérables, bien

supérieurs aux salaires dans le secteur public à l'époque. Les estimations disponibles confirment l'importance stratégique de leur activité, évaluée à près de 18% du PIB togolais au faite de leur influence, part supérieure à certains secteurs formels majeurs à l'époque (FMI, 2009). Au-delà de leur réussite personnelle, les *Nana Benz* ont donc largement contribué à la croissance économique de leur pays.

Outre leur impact économique majeur, les *Nana Benz* ont également exercé une influence notable sur la scène politique togolaise sous la présidence de Gnassingbé Eyadéma (Britannica, 2024). Malgré leur manque d'instruction formelle pour certaines, leur audace entrepreneuriale et leur loyauté leur ont valu la confiance du chef de l'État. À l'image de Madame Dédé Rose Créppy, pionnière du commerce des wax, le président aimait s'entourer de ces femmes influentes et les mandatait pour représenter la communauté des commerçantes. Grâce à leur notoriété grandissante, certaines *Nana Benz* ont accédé à des fonctions politiques de premier plan. Ainsi, Madame A. Amedome a été nommée ministre de la Protection sociale en 1977. Par ailleurs, leur soutien financier au régime s'est révélé stratégique, en contrepartie de quoi elles bénéficiaient d'avantages fiscaux et pouvaient développer leurs activités commerciales librement (Tristian, 2020). Cette participation active aux côtés du chef de l'État démontre l'étendue de leur influence au-delà du domaine économique. Par leur habileté commerciale et leur loyauté politique, ces commerçantes ont su gagner la confiance des plus hautes autorités et jouer un rôle important dans l'émancipation des femmes togolaises.

L'influence des *Nana Benz* s'est également exercée sur le plan culturel et identitaire. En effet, leur réussite commerciale exceptionnelle leur a valu une renommée dépassant largement les frontières togolaises. De par leur habileté dans le négoce des wax hollandais, symboles de réussite sociale, elles sont devenues de véritables icônes culturelles représentant l'émancipation féminine. Leur style vestimentaire et leur art de vivre ont marqué les mentalités sur plusieurs générations. C'est donc naturellement que la dimension culturelle et identitaire de leur métier fera l'objet de notre prochaine sous-partie.

## **1.2. La dimension culturelle et identitaire de leur métier**

Les *Nana Benz* ont su habilement insuffler une dimension culturelle et identitaire aux pagnes wax hollandais qu'elles importaient, à travers une personnalisation ingénieuse. Dotées d'un sens aigu du marketing, ces entrepreneuses leur donnaient des noms évocateurs reflétant avec justesse la société locale (Ayina, 1987 : 49). Certains pagnes faisaient ainsi référence de manière codée à des querelles amoureuses ou des événements marquants de l'actualité politique et culturelle du Togo, voire au-delà. À l'image des pagnes "L'œil de ma rivale", "Ton pied mon pied" ou "Clé de Sarakawa"

évoquant l'accident d'avion manqué du président Eyadéma en 1974. Grâce à cette dénomination habile des tissus, les *Nana Benz* diffusaient efficacement la culture togolaise bien au-delà des frontières, les pagnes devenant de véritables supports d'expression identitaire (Grosfilley, 2015 : 2). Dépassant une dimension purement vestimentaire, le pagne a ainsi servi de support de communication pour diverses thématiques politiques, économiques, sociales ou religieuses, selon plusieurs auteurs. Les propos de Sylvanus (2016) permettent d'enrichir notre compréhension de cette dimension culturelle conférée aux pagnes wax par les *Nana Benz*.

En effet, Sylvanus révèle l'histoire complexe de ce tissu, né au XIXe siècle d'une tentative coloniale néerlandaise avant de connaître un essor en Afrique de l'Ouest en tant que marqueur de statut social. Bien que majoritairement produits en Chine de nos jours, les pagnes wax continuent de jouer un rôle primordial dans l'expression identitaire des femmes ouest-africaines. Plus qu'un simple produit commercial, le pagne wax incarne selon Sylvanus une forme d'archive culturelle où sont consignés souvenirs intimes et collectifs, prêts à être réactivés par le contact humain. Cette dimension révèle la profondeur des négociations sous-jacentes au commerce mondial, source de subjectivités variées. De manière visionnaire, les *Nana Benz* ont su tirer parti de cette richesse immatérielle du pagne wax. À travers une dénomination ingénieuse reflétant la société togolaise, comme le souligne Ayina (1987), elles ont su en faire un vecteur privilégié de diffusion de l'histoire et de l'identité culturelles locales. Habilement, ces pionnières ont conféré au pagne wax une portée dépassant le seul aspect vestimentaire, en en faisant un support de communication multidimensionnel cimentant leur rôle de passeuses entre cultures.

De surcroît, ces braves commerçantes ont su incarner un modèle sans précédent d'émancipation économique et sociale des femmes au Togo et en Afrique de l'Ouest. En dépit des contraintes d'une société traditionnellement patriarcale, ces entrepreneures ont fait preuve d'une détermination remarquable pour mener de front leurs activités commerciales et leurs obligations familiales, comme en témoignent les récits recueillis. L'analyse de Toulabor met en lumière la manière dont ces pionnières ont renversé les normes genrées en adoptant les critères de réussite masculine, à travers une ostentation matérialisée par l'acquisition de biens de standing et l'assomption des charges familiales. En endossant les attributs traditionnellement associés à la virilité, elles ont su gagner reconnaissance sociale dans un contexte androcentré, à l'image des guerrières du Dahomey (Toulabor, 2012 : 70). Cheffes d'entreprise accomplies, elles assumaient également seules la direction du foyer et la scolarisation des enfants, parfois à l'international. Leur parcours hors du commun a inspiré plusieurs générations de femmes en Afrique. Malgré certaines représentations stéréotypées, les *Nana Benz* demeurent des figures emblématiques ayant su allier avec brio

responsabilités entrepreneuriales et familiales, ouvrant la voie à l'émancipation économique et sociale féminine. Leur héritage à cet égard mérite d'être valorisé.

À la question de savoir pourquoi les Loméennes ont mieux réussi que leurs voisines, Mme Creppy répondait : « Parce que nous ne reculons pas devant le travail ». Cette détermination illustre l'éthique laborieuse qui caractérise ces femmes. Leur ancrage identitaire est également perceptible dans les propos de Mme Lawson, qui relate comment sa défunte mère lui répétait qu'il fallait « faire des affaires pour affronter son mari et rester sa préférée ». Malgré un contexte patriarcal, ces femmes ont réussi à s'émanciper par leur audace entrepreneuriale. Leur réussite prend racine dans leur capacité à tisser, dès la colonisation, des liens transnationaux avec des réseaux commerciaux européens et asiatiques (M'Hammdi, 2015). Progressivement, elles sont passées du statut d'intermédiaires à celui d'actrices agissant pour leur propre compte, s'appropriant ces réseaux à l'échelle ouest-africaine. Leur habileté stratégique leur permet d'interagir de manière flexible avec une pluralité d'acteurs locaux, régionaux et internationaux. Par conséquent, les *Nana Benz* incarnent bien l'identité togolaise, célébrées pour leur travail acharné et leur audace. Leur ancrage dans la culture locale et leur reconnaissance populaire demeurent un héritage culturel majeur.

Bien que les illustres commerçantes aient longtemps incarné la réussite économique et l'audace féminine au Togo, leur héritage porté par les *Nanettes* (WIA, 2018), fait face à de nombreux défis, comme le souligne Mme Yvette<sup>7</sup>. Outre la forte concurrence étrangère, plusieurs facteurs expliquent le déclin progressif de leur activité. Tout d'abord, la crise économique des années 1990 a durement affecté leur commerce. Par ailleurs, la dévaluation du franc CFA a accentué leur précarité. Malgré leur formation dans de prestigieuses écoles de commerce et les nouvelles stratégies mises en place, la tâche demeure ardue pour ces femmes d'affaires créatives. Leur avenir demeure incertain sans soutien des pouvoirs publics. Fort heureusement, certaines perpétuent l'héritage de leurs aînées, à l'image de Mme Lawson transmettant progressivement la gestion de sa boutique à sa fille Esther. Néanmoins, il apparaît urgent que des politiques publiques accompagnent ces commerçantes dans la pérennisation de leur activité et la sauvegarde de leur patrimoine culturel séculaire, au bénéfice du développement du Togo. Leur réussite demeure étroitement liée à l'aide des pouvoirs publics pour préserver ce pan essentiel de l'identité et de l'histoire économique togolaises.

## 2. La préservation et la valorisation de leur héritage

---

<sup>7</sup> « Les choses deviennent de plus en plus difficiles avec les problèmes bancaires, les restrictions à l'import-export et la baisse de consommation dans les pays clients... ».



Si l'héritage entrepreneurial des *Nana Benz* se perpétue à travers l'engagement de nouvelles générations de femmes, force est de constater - comme nos recherches l'ont démontré - que ce patrimoine culturel singulier demeure aujourd'hui menacé sur plusieurs fronts. D'une part, les pratiques commerciales traditionnelles de ces pionnières de l'émancipation féminine font l'objet de contrefaçons et d'usurpations, risquant d'altérer leur authenticité. D'autre part, la modernisation croissante des circuits de distribution est susceptible de marginaliser leurs expertises séculaires, sans accompagnement adapté. Par ailleurs, en l'absence de politiques publiques volontaristes, la transmission de leur mémoire et de leur rôle dans l'identité togolaise auprès des nouvelles générations n'est pas assurée. Or, c'est bien l'ensemble du patrimoine immatériel incarné par ces femmes au fil des décennies qui se trouve désormais menacé. Il apparaît dès lors crucial de définir sans tarder des mesures efficaces, à la fois pour protéger leur savoir-faire et en garantir la pérennité par la formation des plus jeunes. La suite de cette réflexion s'attachera donc à exposer les leviers d'action à mettre en œuvre tant sur le plan de la sauvegarde que de la transmission de cet héritage culturel d'une richesse inestimable.

### **2.1. Mettre en valeur leur patrimoine immatériel face aux enjeux actuels**

La contrefaçon<sup>8</sup> représente aujourd'hui l'une des principales menaces pesant sur le patrimoine socio-économique des *Nana Benz*. Comme évoqué précédemment, l'importation massive de copies chinoises depuis les années 1990 a porté atteinte à leur modèle d'affaires (Jeune Afrique, 2005). Bien que d'une facture médiocre, ces imitations inondent le marché à des coûts défiant toute concurrence. Pourtant, grâce à leur maîtrise des goûts locaux et à la richesse de leur réseau commercial, les *Nana Benz* ont su préserver leur position face aux importateurs européens. Il apparaît dès lors essentiel que les pouvoirs publics togolais soutiennent leurs efforts pour valoriser leur savoir-faire. Une politique de certification officielle des productions garantirait le respect des techniques séculaires transmises de génération en génération. Parallèlement, des ateliers de sensibilisation sur la profondeur culturelle véhiculée par ces tissus permettraient d'éveiller les consciences à la richesse immatérielle qu'ils incarnent. Une tarification avantageuse des wax certifiés compenserait leur surcoût qualitatif, tandis que des dispositifs de microfinance et de coopératives d'approvisionnement appuieraient un accès équitable pour toutes. Une plateforme numérique référençant l'histoire de chaque motif favoriserait un commerce équitable. Les recettes fiscales dédiées à la formation et à la

---

<sup>8</sup> La contrefaçon touche de nombreux secteurs, y compris les textiles, et représente environ 2,5% du commerce mondial. En 2022, plus de 11,53 millions d'articles contrefaits ont été retirés du marché. Pour les *Nana Benz*, la contrefaçon entraîne des pertes financières importantes et nuit à leur réputation. Les produits contrefaits sont souvent de qualité inférieure, ce qui peut décevoir les clients et réduire la confiance dans les produits authentiques.

transmission des savoirs des *Nana Benz* assureraient la pérennité de leur héritage.

Si les *Nanettes* ont su préserver leur maîtrise des circuits traditionnels, certains aspects requièrent une adaptation mesurée aux évolutions actuelles. À l'image de dynamiques pionnières telles que *Maeva de Manatex*<sup>9</sup>, la dématérialisation de leurs activités pourrait être soutenue. La création de sites marchands et la promotion sur les réseaux sociaux, avec l'appui des pouvoirs publics, sont de nature à élargir efficacement leurs débouchés. Des partenariats ciblés avec des acteurs du numérique permettraient d'accompagner de manière pragmatique leur appropriation de ces nouveaux canaux. Parallèlement, le renforcement de leurs compétences managériales s'avère stratégique. Former les *Nanettes* aux outils comptables et de gestion financière, via des programmes dédiés, optimiserait leur efficacité. L'accès à des marchés publics de proximité représente aussi une opportunité à saisir. Des mesures fiscales incitatives, à l'instar de crédits d'impôt à l'investissement productif, faciliteraient leur modernisation progressive dans le respect de leurs contraintes. Seule une adaptation soutenue et ciblée, fondée sur des partenariats public-privé pertinents, garantira la pérennité de leur modèle ancestral face aux mutations en cours.

## **2.2. Former les jeunes générations et assurer la pérennité du savoir-faire**

La transmission du patrimoine des *Nana Benz* aux nouvelles générations nécessite le déploiement de politiques éducatives dédiées. Il s'agit de promouvoir l'attractivité de ces métiers auprès des jeunes et de leur faire découvrir cette riche histoire entrepreneuriale. Dès le secondaire, l'intégration de modules présentant le parcours exemplaire des *Nana Benz* permettrait d'inspirer les vocations. Parallèlement, le développement de formations qualifiantes au supérieur offrirait un terreau fertile à l'émergence de nouvelles dirigeantes. Des bourses et stages incitatifs pourraient être proposés. Au-delà de la sensibilisation, un effort particulier doit être consacré au renforcement des compétences professionnelles. Des cursus spécialisés transmettant les savoirs commerciaux, comptables et managériaux sont à développer. Ils s'appuieront sur l'expertise des *Nanettes* en activité et intégreront des périodes pratiques en entreprise. Afin de pérenniser cette tradition, il conviendrait également de mettre en place un réseau national

---

<sup>9</sup> Maeva, petite-fille de Marguerite Sewoa-Lawson, promotrice de l'entreprise Manatex, a repris les rênes de cette société familiale spécialisée dans la commercialisation de pagnes wax. Diplômée en Science politique, Maeva a su habilement actualiser les pratiques commerciales de Manatex en tirant parti du potentiel offert par le numérique. Elle gère activement les réseaux sociaux de l'entreprise et y publie régulièrement du contenu pour promouvoir les produits. Parallèlement, Maeva a développé un site e-commerce permettant à Manatex d'élargir sa clientèle au-delà des frontières togolaises. Souhaitant transmettre son expertise, elle dispense aussi des formations en développement d'activités en ligne à de jeunes créateurs, contribuant ainsi à dynamiser l'entrepreneuriat féminin.

de *mentoring*<sup>10</sup>. Les jeunes diplômées seraient ainsi accompagnées par des *Nana Benz* expérimentées, qui partageraient leur expertise du terrain et les guideraient dans le lancement de leur propre activité. Des labels récompenseraient les initiatives innovantes de jeunes femmes, sous forme de financements leur permettant de lancer leur activité. L'État devra soutenir ces formations de haut niveau, gages d'un entrepreneuriat féminin dynamique et inclusif. Seule une politique éducative globale, valorisant ce patrimoine immatériel, pourra assurer la pérennité de cette tradition séculaire porteuse de croissance.

### **2.3. Valoriser le patrimoine culturel à travers un musée national**

La sauvegarde et la promotion du patrimoine immatériel porté par les *Nana Benz* requièrent également la mise en place d'outils de valorisation pérennes. La création d'un musée national (Ministère de la culture, 2024) dédié permettrait d'assurer une large diffusion de ce riche héritage culturel et entrepreneurial. Exposant l'histoire et les techniques de fabrication du wax, de ses motifs traditionnels à ses déclinaisons contemporaines, ce musée constituerait un lieu incontournable de sensibilisation du grand public. Il offrirait aux jeunes générations l'opportunité de découvrir en profondeur ce pan méconnu de l'identité togolaise. Au-delà de ses missions pédagogiques et culturelles, ce musée national des *Nana Benz* pourrait également assurer le rôle de conservatoire du patrimoine. Il recenserait et préserverait les pièces et archives retraçant l'épopée de ces pionnières. Des ateliers de démonstration des savoir-faire traditionnels pourraient y être organisés. Doté d'un laboratoire de recherche, ce musée s'attacherait par ailleurs à étudier l'histoire et les évolutions de ce secteur économique. Ses travaux académiques contribueraient à une meilleure connaissance et reconnaissance de cette tradition séculaire. La création d'un tel musée national constituerait ainsi un pilier essentiel à la transmission et à la valorisation du riche patrimoine culturel porté par les *Nana Benz*.

### **Conclusion**

Au terme de cette réflexion, il apparaît que le patrimoine socio-économique singulier porté par les *Nana Benz* constitue un héritage culturel et identitaire d'une richesse inestimable pour le Togo. Pionnières de l'entrepreneuriat féminin, ces figures matriarcales ont marqué de leur empreinte l'histoire du pays sur plusieurs générations, contribuant significativement à son développement économique et social. Bien que leur modèle d'affaires ait décliné ces dernières décennies face à l'émergence de nouveaux acteurs, l'analyse démontre que leur patrimoine multiforme mérite préservation et valorisation. En

---

<sup>10</sup> Le mentorat est un processus d'accompagnement d'un *mentoré* par une personne expérimentée (mentor), qui vise à soutenir le *mentoré* dans son développement, tout en favorisant son intégration professionnelle (nouvel environnement, nouveau rôle).

effet, il participe pleinement de la mémoire collective et de l'identité culturelle togolaises. Par ailleurs, il convient de rappeler que toute société aspirant à un développement inclusif se doit de promouvoir l'émancipation économique des femmes<sup>11</sup>, qui représentent la majorité de la population. Or, sans autonomie financière, l'égalité de genre demeure un principe juridique théorique (MC BUSINESS TV, 2022). À l'instar des *Nana Benz* pionnières, renforcer l'entrepreneuriat féminin constitue donc un enjeu majeur de croissance et de lutte contre la pauvreté. Au regard du déclin de cette activité économique essentielle, des mesures publiques de pérennisation s'avèrent nécessaires. Celles-ci doivent soutenir l'innovation, la formation professionnelle et la transmission intergénérationnelle des savoirs. L'objectif est de dynamiser l'entrepreneuriat féminin tout en préservant ce pan du patrimoine national. La mise en œuvre réussie de telles stratégies permettrait d'honorer la mémoire des illustres *Nana Benz*, tout en ouvrant de nouvelles perspectives de développement inclusif au Togo, au bénéfice des générations futures.

Les précédents travaux sur le sujet, bien qu'ayant reconnu l'existence d'une menace pesant sur le patrimoine des *Nana Benz*, se sont essentiellement concentrés sur la relève générationnelle comme gage de pérennité. Or, nos recherches démontrent justement les limites de cette approche, en révélant l'effacement progressif de l'influence des *Nana Benz* malgré la transmission aux générations suivantes. Notre étude se distingue donc en ce qu'elle est la première à s'intéresser de manière approfondie aux stratégies à déployer pour prévenir durablement le déclin de cette tradition séculaire. En identifiant concrètement les leviers d'action à activer au niveau éducatif, entrepreneurial et politique, nous proposons un cadre d'analyse aux perspectives nouvelles pour valoriser de façon pérenne ce patrimoine immatériel. Notre réflexion ouvre ainsi de nouvelles perspectives de recherche, en invitant à étudier plus avant la mise en œuvre effective de mesures publiques de soutien à l'innovation et à la compétitivité de ce secteur économique porteur d'identité. Il s'agira à l'avenir d'évaluer l'impact de telles politiques sur le renforcement de l'entrepreneuriat féminin et la préservation de ce pan essentiel du patrimoine culturel togolais.

---

<sup>11</sup> Bull, G. (2021, 29 mars). Favoriser l'émancipation économique des femmes grâce à l'inclusion financière. <https://www.findevgateway.org/fr/blog/2021/03/favoriser-l%E2%80%99%C3%A9mancipation-%C3%A9conomique-des-femmes-gr%C3%A2ce-%C3%A0-l%E2%80%99inclusion-financi%C3%A8re>. Taborga C., (2007). « L'émancipation économique des femmes. Réalités et défis pour l'avenir », *Revue internationale des sciences sociales*, (n° 191) (1), 33-41, <https://doi.org/10.3917/riss.191.0033>. ONU Femmes. (22 janvier 2021). Autonomisation économique des femmes, moteur avéré pour une croissance économique durable. <https://www.unwomen.org/fr/what-we-do/economic-empowermen>. Ces références soulignent la nécessité pour toute société aspirant à un développement inclusif de promouvoir l'émancipation économique des femmes, clé pour une croissance durable et la lutte contre la pauvreté, à l'instar de l'entrepreneuriat pionnier des *Nana Benz* au Togo.

## Références bibliographiques

African Heritage. (2024, August 2). African Queens of Textiles : the Nana Benz of Togo. <https://afroleghends.com/2012/02/21/reines-africaines-du-textile-les-nana-benz-du-togo/>

Alaoui M'hammdi, N. (2015). Le pouvoir commercial des nanas Benz. *Economica*. <https://www.economia.ma/content/le-pouvoir-commercial-des-nanas-benz>

Antoine, P. (2007). Les relations intergénérationnelles en Afrique Approche plurielle. Paris : Éditeur scientifique.

Ayina Egbomi, E. (1987). Pagnes et politique. In *Politique africaine*, n°27, 1987. Togo authentique (pp. 47-54). <https://doi.org/10.3406/polaf.1987.3890>

Barba, C. (2016). 2020 : la fin du e-commerce... ou l'avènement du commerce connecté ? Fédération e-commerce et vente à distance (Fevad). [https://www.fepn-france.com/wp-content/uploads/2019/08/2020-la-fin-du-e-commerce\\_ou-lavenement-du-commerce-connecte.pdf](https://www.fepn-france.com/wp-content/uploads/2019/08/2020-la-fin-du-e-commerce_ou-lavenement-du-commerce-connecte.pdf)

Bidwell, D. (2024). Nana drives a Benz : An African success story. *University Relations*. <https://news.ok.ubc.ca/2024/01/09/nana-drives-a-benz-an-african-success-story/>

Blais, S. (2007). Les impératrices du tissu. *Gazette des Femmes*. <https://gazettedesfemmes.ca/2143/les-imperatrices-du-tissu/>

Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2024). Gnassingbé Eyadéma. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/biography/Gnassingbe-Eyadema>

Bruggeman, D. (2017). Vlisco: Made in Holland, adorned in West Africa, (re)appropriated as Dutch design. *Fashion, Style & Popular Culture*, 4(2), 197–214. [https://doi.org/10.1386/fspc.4.2.197\\_1](https://doi.org/10.1386/fspc.4.2.197_1)

Coquery-Vidrovitch, C. (2013). IX. Les femmes et le commerce. Dans : C. Coquery-Vidrovitch, *Les Africaines : Histoire des femmes d'Afrique subsaharienne du XIXe au XXe siècle* (pp. 155-177). Paris : La Découverte.

Daigneault, J. (2020). Making markets modern : Development, displacement, and the politics of inclusion in Togo's everyday economy [Doctoral dissertation, University of Minnesota]. University of Minnesota Digital Conservancy. <https://hdl.handle.net/11299/219323>

Danfloss, J.-P., Abdou, A., Benini, C., & Dolacinski, B. (2011). La valorisation des ressources locales : une voie de développement économique, respectueuse de l'environnement et des sociétés. In F. Taglioni (éd.), *Insularité et développement durable* (1-). IRD Éditions. <https://doi.org/10.4000/books.irdeditions.5740>

Esaïe Edoh. (2023). Togo : un musée sera dédié aux Nana-Benz ! <https://www.togofirst.com/fr/culture/1212-13080-togo-un-musee-sera-dedie-aux-nana-benz>.

FMI (2009). « Togo. Document complet de stratégie de réduction de la pauvreté 2009-2011 », Washington, juin.

Gaston-Breton, T. (2020). De si puissantes femmes d'affaires... l'étonnante histoire des « nanas Benz » du Togo. *History and Business*. <https://historyandbusiness.fr/>

Grisson, J.-B., & Rieutort, L. (Dir.). (2017). Valorisation des savoir-faire productifs et stratégies de développement territorial : patrimoine, mise en tourisme et innovation sociale. Presses Universitaires Blaise Pascal. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01529145>

Grosfilley, A. (2015). Récit de vie, tissu d'ailleurs. *Hommes & migrations*, 1310. <https://doi.org/10.4000/hommesmigrations.3148>

Hoogenboom, M., Bannink, D., & Trommel, W. (2010). From local to global, and back. *Business History*, 52(6), 932–954. <https://doi.org/10.1080/00076791.2010.508401>

Jeune Afrique. (2005). Le crépuscule des Nana Benz. <https://www.jeuneafrique.com/99164/archives-thematique/le-crpuscule-des-nanas-benz/>.

Jeune Afrique. (2014). Togo : Nanas benz de mères en filles. <https://www.jeuneafrique.com/49026/societe/togo-nanas-benz-de-m-res-en-filles/>

Kreamer, C. M., & Fee, S. (Eds.). (2002). *Objects as envoys: Cloth imagery and diplomacy in Madagascar*. National Museum of African Art, Smithsonian Institution ; University of Washington Press.

Leroux, É., & Chouraqui, E. (2016). *Négociation commerciale De la théorie à la pratique*. Paris. Vuibert.

MC BUSINESS TV. (2022, 8 mars). Voici ce qui a fait des Nana Benz, les femmes les plus riches d'Afrique [Vidéo]. YouTube. <https://youtu.be/ulzNWqQhniY>.

Ministère de la culture. (2024). Patrimoine culturel immatériel et musées : ressources à l'attention des professionnels. <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Patrimoine-culturel-immateriel/Pour-les-acteurs-de-la-sauvegarde/Patrimoine-culturel-immateriel-et-musees-ressources-a-l-attention-des-professionnels>.

Moati, P. (2021). L'e-commerce va-t-il tout remplacer ? *Constructif*, 59, 20-23. <https://doi.org/10.3917/const.059.0020>

Nations Unies. Commission Économique pour l'Afrique, & Nations Unies. Conseil Économique et Social. (1988). *Le rôle et la contribution de la femme africaine au commerce intérieur*. NU. CEA Séminaire régional sur l'intégration des femmes dans le commerce (1988, 31 mar. - 2 avr. : Niamey, Niger). Addis Ababa : UN. ECA. <https://hdl.handle.net/10855/13853>.

Shola Lawal. (2023). Fabric wars: Ghana's colourful prints face renewed Chinese competition. *Business and Economy*.

Sylvanus, N. (2006). L'habileté entrepreneuriale des Nana Benz du Togo. *Africultures*, 69, 179-184. <https://doi.org/10.3917/afcul.069.0179>

Sylvanus, N. (2013). *Chinese Devils, the Global Market, and the Declining Power of Togo's Nana-Benzenes*. Publié en ligne par Cambridge University Press. Récupéré le 20 mai 2013, à partir de <https://www.cambridge.org/core/journals/african-studies-review/issue/306DE871AB754ED39FE226CB789D6259>

Sylvanus, N. (2016). 4. Flexible Patterns : The Nanettes Remake the Market and Cloth in China. In *Patterns in Circulation : Cloth, Gender, and Materiality in West Africa* (pp. 109-137). Chicago : University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/9780226397368-007>.

Tabiou, D. D. (2019). *NANA BENZ : le mythe devenu discret*. Éditions universitaires européennes.

TogoArchives. (2002). L'histoire de la Nana Benz du Togo. <https://www.togoarchives.com/the-nana-benz-of-togo/>

Toulabor, C. (2012). Les Nana Benz de Lomé : Mutations d'une bourgeoisie compradore, entre heur et décadence. *Afrique contemporaine*, 244, 69-80. <https://doi.org/10.3917/afco.244.0069>.

Torre, A. (2018). Les moteurs du développement territorial. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 711-736. <https://doi.org/10.3917/reru.184.0711>

UNESCO. (2011). Qu'est-ce que le patrimoine culturel immatériel ? UNESCO. <https://ich.unesco.org/fr/qu-est-ce-que-le-patrimoine-culturel-immat%C3%A9riel-00093>

Vampo, C. (2020). Itinéraires de réussite de cheffes d'entreprise contemporaines au pays des « Nana Benz » de Lomé (Togo) : Du modèle de l'empowerment des femmes par le marché à l'étude des rapports sociaux de sexe. Université Paris Cité. <https://www.theses.fr/2020UNIP5034.pdf>

Vandel, É., & Janus, J. (2019, September 27). An African success story : Togo's princesses of wax print.

Velasco-Graciet, H. (2009). Territoires, mobilités et sociétés : Contradictions géographiques et enjeux pour la géographie. Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine. <https://doi.org/10.4000/books.msha.9027>

WIA Initiative. (2018, 12 septembre). TOGO : LES HÉRITIÈRES DES NANA BENZ RÉINVENTENT LE COMMERCE. WIA Mag. <https://www.wia-initiative.com/togo-les-heritiers-des-nana-benz-reinventent-le-commerce/>

WIEGO. (2022). L'économie informelle. <https://www.wiego.org/fr/informal-economy>

Yarbonme D. (2023). Determinant factors of women's entrepreneurial success of Togo. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*.