

Tendance

Le streetwear made in Gabon : comme une "remontada"



Passion Artistik, un design gabonais fièrement arboré par des jeunes.



Paguimo, la marque qui rend hommage à la tradition Tsogho.

COE

Libreville/Gabon

Nombreux sont désormais les jeunes Gabonais qui se lancent dans la création du vêtement de rue. T-shirt, polo, sweet-shirt, pull, jogging, etc., toutes tailles confondues, portent des griffes du fer. Pour hommes et femmes, sans oublier les enfants. Une mode faite au Gabon par des Gabonais qui ne laisse personne indifférent.

LONGTEMPS restés sous l'influence des marques étrangères (D&G, CD, YSL, Chanel, etc.), de jeunes Gabonais se lancent à leur tour dans la création des marques de vêtements : Ivunda, Passion Artistik, Gospel Wear, Afro Concept, Paguimo, pour ne citer que ceux-là. Ces jeunes font montre

d'un potentiel qu'on ne leur soupçonnait guère. Leur savoir-faire en matière de couture et de design n'a rien à envier aux stylistes d'ailleurs. Ils expriment ainsi leur amour de l'élégance, du chic et même du bon genre. Mais surtout démontrent leur désir de valoriser le Gabon à travers leurs marques. « Consommer le vert-jaune-bleu, tel est notre défi. Et, cela fait plusieurs années que je suis sur cette lancée », confie Bethel Ogandaga, promoteur de la marque Gospel Wear.

Les premiers streetwears gabonais n'étaient que de simples polos et T-shirt conçus par les artistes rappeurs pour leur fan club, sans aucun but lucratif. Ils les distribuaient d'ailleurs gratuitement lors des concerts. Chaque groupe de Rap ou artiste rappeur avaient ses streetwears avec le nom et le logo im-

primés. Conscients de ce que cela pouvait rapporter en terme de bénéfices, certains d'entre eux ont commencé

la commercialisation de leur marque. Un business qui s'est élargi chez certains acteurs du show-biz, lesquels n'hésitaient pas à mettre des moyens pour créer leur propre ligne de vêtements.

Au rang de précurseurs, nous aurons l'apparition de la marque Intché Jeans, créée vers la fin des années 90, rendue populaire par des groupes de Rap. Peu après, ce fut le tour de K par K de faire la pluie et le beau temps, comme son prédécesseur. Ces deux marques ont longtemps régné avec beaucoup de succès au royaume du streetwear.

Normal, plusieurs groupes de Rap et artistes n'hésitaient pas à les mettre en exergue à travers leurs

clips vidéos.

EXPLOSION* **Maintenant**, on assiste à une explosion d'autres marques de vêtements. Tout porte à croire que le secteur engendre des bénéfices. Les uns n'hésitent pas à afficher leurs appartenances ethniques, culturelles, artistiques, tandis que d'autres expriment leurs idéaux sociopolitiques.

« Ma marque de vêtements est une vue de l'esprit. Elle s'adresse à chaque individu dans la société et laisse le choix à tout le monde d'exprimer la passion que chacun de nous a en lui, quel que soit le secteur d'activité », confie Sidjeur Oumar Tsavo, promoteur du label Passion Artistik.

Même le monde du gospel n'est pas en reste. « Etant un acteur du milieu gospel, j'ai constaté qu'il n'y avait pas de marque de vêtements dans ce secteur, alors j'en ai créée », ajoute un

autre promoteur.

Tout le monde veut absolument exprimer ce qui sommeille en lui. Des messages d'encouragement, de soutien, de prise de conscience : « Pour moi, créer une marque, c'est faire passer un message ou une identité. A travers la mienne, je milite pour la valorisation de la femme et je veux mettre en avant son potentiel », explique Johanna Vanessa Atsame, promotrice de Golden Fashion.

UNE POPULARITÉ RELATIVE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX* D'autres expriment leur talent, sans plus. Alors que d'aucuns ont eu du mal à s'implanter, certains, en revanche, s'en sortent plutôt bien dans la commercialisation de leurs articles. Diverses raisons expliquent ce phénomène : la qualité du tissu pas toujours au rendez-vous, la quête de la nou-

veauté par les consommateurs aussi,

Ainsi, d'aucuns préfèrent le coton pour son coût moins élevé et la possibilité de le retrouver en grande quantité. Estimant que le nylon est un peu plus coûteux.

« En ce qui concerne le type de tissu, mes streetwears sont en coton. C'est un tissu qui s'adapte avec la quasi-totalité des peaux et des climats, et on se sent bien à l'intérieur », affirme Bethel Ogandaga.

Pour avoir une appréciation sur le marché de la mode de ces différentes marques, rendez-vous sur les réseaux sociaux. Vous testerez ainsi leur niveau de popularité au Gabon. Il en ressort que certains consommateurs de ce type de produits sont peu enthousiastes, au regard du nombre de posts enregistrés.



La Golden Fashion by Joh fait son chemin.



La marque Gospel Wear portée par des jeunes.