



Nama • Benz •

Une succes story africaine

Sommaire

Introduction	2-3
Qui sont les NANA BENZ ?	4-5
Signification de «NANA BENZ»	6-7
Témoignages sur les NANA BENZ	8-9
La Genèse des NANABENZ	10-11
L'ascension des NANA BENZ	12
La Gloire des NANA BENZ	13
La première génération des NANA BENZ	14-15
Le Model commercial des NANA BENZ	16
La Stratégie Marketing et de vente phares	17
Le passage de Bâton à leurs filles	18-19
Le futur des NANA BENZ à travers la nouvelle génération appelée les NANETTES	20-21
MANATEX, le WAX en Famille	22-23
Les valeurs ajoutées au commerce du textile introduit par les Nanettes	24-25
La digitalisation du commerce du textile	26-27
Expansion africaine grâce à la facilitation de la ZLECAf	28-29
Conclusion	31



Les Nana Benz à l'époque.

Introduction

Les **NANA BENZ**, ces femmes intrépides du Togo, ont laissé une empreinte indélébile dans l'histoire économique de leur nation. Leur nom résonne avec respect et admiration dans les couloirs du commerce, et leur héritage unique demeure un symbole de réussite et de détermination. Leur influence économique ne se limite pas seulement au Togo, mais s'étend également à l'échelle internationale.

Les NANA BENZ ont réussi à exporter leur savoir-faire et leur influence sur les marchés internationaux, contribuant ainsi à la promotion de la mode africaine dans le monde entier.



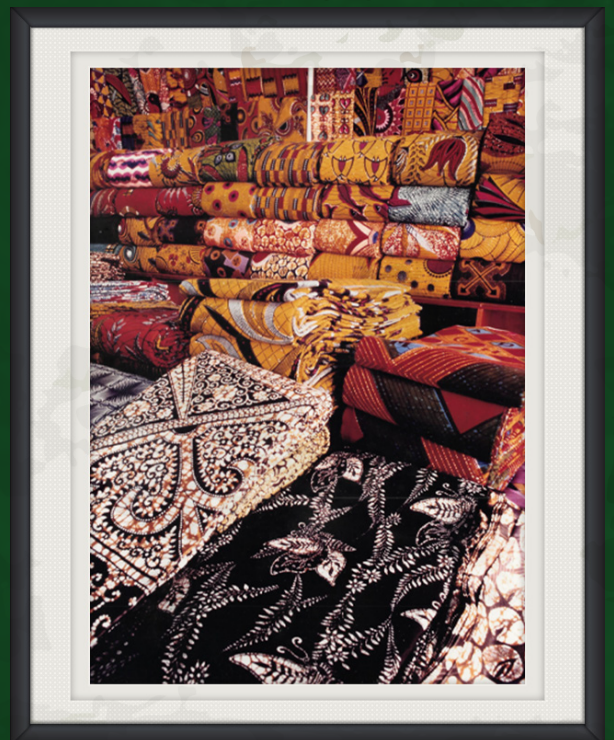
Accueil du Président Tchadien François Tombalbaye au Togo par les Nana Benz

Qui sont les **NANA BENZ**?

Les **NANA BENZ** sont des femmes d'affaires togolaises qui ont connu un immense succès dans l'industrie textile. Elles ont commencé leur carrière en vendant des tissus importés de Hollande mais au fil des années, elles ont rapidement évolué en établissant leurs propres usines de textile en partenariat avec le gouvernement togolais.



Ces usines, dont l'**Industrie Textile du Togo (ITT)** et l'usine **Textile TogoTex**, sont devenues des références dans le secteur textile. Fortes de leur expertise en tissage et en teinture, les **NANA BENZ** ont su créer des motifs uniques qui ont connu un grand succès auprès de leur clientèle tant locale qu'internationale.





Les Nana Benz dans une fête organisée en leur honneur par le chef de l'Etat Feu GANSSINGBE Eyadéma

Les **NANA BENZ** ont joué un rôle crucial dans le développement économique du Togo en créant des emplois et en stimulant la croissance de l'industrie textile. Elles ont également contribué à l'autonomisation des femmes en tant qu'entrepreneurs prospères et en encourageant l'éducation des jeunes filles. Les NANA BENZ sont une source d'inspiration pour les générations futures d'entrepreneurs togolais.

Signification de «NANA BENZ»

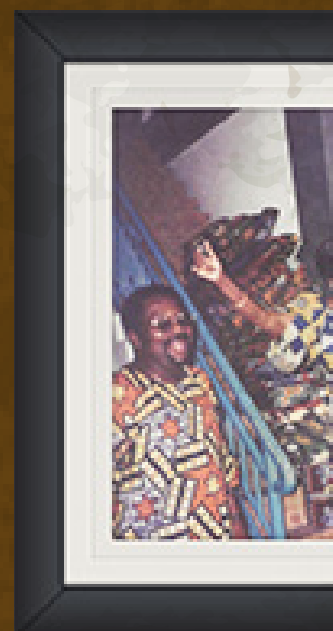
L'origine du terme «**NANA BENZ**» est profondément ancrée dans l'histoire du Togo. Le mot «**NANA**» est un hypocoristique de «**na**» (ou «**ena**»), signifiant «**mère**» ou «**grand-mère**» en Mina, un dialecte togolais. Le terme «**BENZ**» est associé aux voitures Mercedes Benz qu'elles aimaient conduire. Au fil du temps, ce terme a évolué au-delà de son sens initial et est devenu un signe de respect et de considération pour souligner la position sociale éminente des **Nana Benz**.



La toute première voiture Mercedes Benz achetée par une Nana Benz



Les Nana Benz devant leur voiture Mercedes Benz



La boutique Manatex



Nana Benz dont Mana AHIANKPOR

En résumé, «**NANA BENZ**» représente la fusion entre la tradition et la modernité, entre la culture africaine et le succès économique. Il reflète le statut exceptionnel et l'influence de ces femmes entrepreneurs au Togo qui ont connu un succès extraordinaire dans le commerce du textile, notamment dans la vente de tissus en wax.



Mana AHIANKPOR, Nana Benz

Témoignages sur les «NANA BENZ»



Décoration de Mana AHIANKOR, Nana Benz par le Feu Gal. GNASSINGBE Eyadéma

Les témoignages et l'appréciation du **Général GNASSINGBE EYADEMA** et d'**Edem KODJO** pour les **NANA BENZ** sont une véritable reconnaissance de leur rôle exceptionnel dans l'histoire du Togo. Le **Général GNASSINGBE EYADEMA**, Ancien Président du Togo, a partagé un témoignage poignant de l'époque où le Togo recevait les Chefs d'État du Conseil de l'Entente en 1968. Face à l'incapacité de l'État à fournir des véhicules, il a fait l'éloge des **NANA BENZ** qui ont prêté leurs Mercedes 200 pour transporter les Chefs d'État et les loger. Leur générosité et leur contribution à l'image internationale du Togo ont été inestimables.



Edem KODJO

Edem KODJO, ancien Premier Ministre du Togo et Ex-Secrétaire Général de l'OUA, a souligné le sens patriotique élevé de ces femmes et leur dévouement à la nation. Il a rappelé comment elles mettaient généreusement à disposition de l'État leurs voitures et maisons pour accueillir les Chefs d'État et les diplomates en visite à Lomé, contribuant ainsi au rayonnement du pays.

Ces témoignages soulignent la gratitude et le respect profonds envers les **NANA BENZ** pour leur impact positif sur la nation et leur dévouement à servir leur pays d'une manière qui va bien au-delà du commerce du textile. Ils demeurent des exemples de l'engagement et du patriotisme au Togo.



Feu Général GNASSINGBE EYADEMA

“Le 29 mai 1968, nous avons reçu pour la première fois, les quatre chefs d’Etat du Conseil de l’Entente. Nous étions incapables de les véhiculer. Ce n’est pas une honte ; Aujourd’hui je continue à rendre hommage aux femmes vendeuses. Ce sont elles qui nous ont prêté leurs Mercedes 200 pour véhiculer n’est-ce pas les quatre chefs d’Etat et leurs maisons pour les loger aussi...”

Dixit GNASSINGBE EYADEMA, Ancien Président du Togo



Edem KODJO

“Toutes ces femmes avaient un sens patriotique très élevé. Pour assurer un séjour agréable aux Chefs d’Etats et diplomates en visite à Lomé, ces Nana Benz mettaient à disposition de l’Etat leurs voitures et maisons.”

Dixit Edem KODJO, ancien premier ministre du Togo et Ex-Secrétaire Général de l’OUA

La Genèse des NANA BENZ

Dans les années 1930 et 1940, les premiers détaillants de textiles ont initié l'importation de tissus en provenance du Ghana pour les vendre au Togo. Cependant, lorsque les années 1950 et 1960 ont vu les tensions croître entre le président togolais de l'époque, Sylvanus Olympio, et le président ghanéen Kwame Nkrumah, en raison de questions liées au Togoland britannique et à la question des Ewé, ces commerçantes ont dû adapter leur modèle commercial en sollicitant des entreprises pour l'approvisionnement direct de wax hollandais à Lomé. Dans un effort pour se distinguer du Ghana, elles ont alors introduit des motifs et des designs personnalisés auprès de ces entreprises, incluant à la fois des acteurs britanniques et français.

Après l'indépendance du Togo, les **NANA BENZ** ont rapidement établi leurs propres usines de textile en partenariat avec le gouvernement togolais. Cela a eu lieu dans les années 1962 à Datcha et en 1978 à Lama-Kara. Ces usines, notamment l'Industrie Textile du Togo (ITT) à Datcha et



l'usine Textile TogoTex, sont devenues des piliers de l'industrie textile. Grâce à leur engagement et à leur esprit entrepreneurial, les **NANA BENZ** ont conquis le sommet du marché textile, élevant ainsi Lomé au statut incontesté de capitale du textile en Afrique.



Marguérite LAWSON, *Fille de Nana Benz*

L'ascension des **NANA BENZ**

L'ascension remarquable des **NANA BENZ** dans le commerce du textile est le résultat d'une combinaison de facteurs. Leur succès découle en partie de leur remarquable capacité à s'adapter aux fluctuations économiques et aux changements politiques, ainsi que de leur détermination inébranlable à atteindre leurs objectifs ambitieux.



Triage des échantillons de pagne par les Nana Benz

Les **NANA BENZ** ont également forgé des relations solides et de confiance tant avec leurs précieux clients qu'avec leurs fournisseurs. Pour rester compétitives sur la scène internationale et faire face à une concurrence féroce, elles ont conclu des contrats d'exclusivité avec d'importants fournisseurs mondiaux de textiles. Cette stratégie a renforcé leur position en tant qu'acteurs majeurs dans l'économie togolaise, tout en consolidant leur influence dans le secteur du textile en Afrique.

La Gloire des **NANA BENZ**



Dans les années 1970, les **NANA BENZ** ont connu une ascension fulgurante, devenant un pilier incontestable de l'économie togolaise. Elles ont joué un rôle essentiel en établissant Lomé en tant que centre régional de distribution de textiles, dominant particulièrement le commerce des pagnes en wax provenant des

Pays-Bas, de la Belgique, de la France et de l'Angleterre. On estime qu'entre 1976 et 1984, elles détenaient au moins 40 % des activités commerciales au Togo.

Au-delà de leur succès commercial, les **NANA BENZ** ont été un soutien crucial pour l'économie nationale du Togo à une époque où le pays faisait face à d'importants déficits budgétaires, passant de 13,4 % du PIB en 1973 à 39,6 % du PIB en 1979. Les «**Nana Benz**» ont ainsi été les premières femmes millionnaires, voire milliardaires, du continent africain. Leurs entreprises génèrent des chiffres d'affaires et des bénéfices exceptionnels. En effet, une **NANA BENZ** était capable de réaliser un chiffre d'affaires annuel allant de centaines de millions à des milliards de francs CFA. Cette réussite remarquable a contribué à cimenter leur statut d'icônes économiques au Togo.



La première génération des NANA BENZ



La première génération des Nana Benz

La première génération des **NANA BENZ** a été marquée par la présence de pionnières emblématiques. Parmi ces figures historiques incontournables, on peut citer des noms tels que Eunice ADABUNU, Patience SANVEE, Dédé Rose CREPPY, Laura Doe BRUCE, Julie BOCCO, Nadou LAWSON, Ayélé SANTANA et Manavi SEWOA AHIANKPOR. Ces femmes ont joué un rôle essentiel dans l'établissement et le succès du commerce du textile au Togo, devenant ainsi des icônes de cette époque. La première génération était composée de vingt et un (21) NANA BENZ.



Eunice ADABUNU
Nana Benz



Manavi SEWOA AHIANKPOR
Nana Benz



Dédé Rose CREPPY
Nana Benz

Le Model commercial des NANA BENZ

Les **NANA BENZ** ont élaboré une stratégie de vente astucieuse qui reposait sur la création de deux groupes de femmes afin d'optimiser leur distribution de marchandises. Le premier groupe était composé de demi-grossistes, tandis que le second regroupait des vendeuses ambulantes. Ces dernières travaillaient avec acharnement pour acheminer les tissus jusqu'aux portes des maisons de leurs clients, facilitant ainsi la vente des tissus wax.

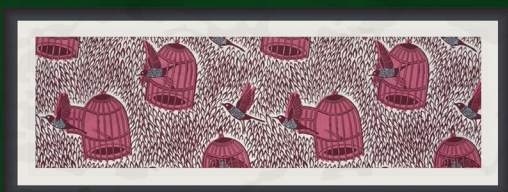


Association des Revendeuses de Pagne du Togo - ARPT



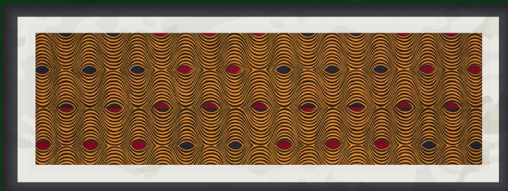
La Stratégie Marketing et de vente phares

Les **NANA BENZ** ont initié une pratique originale pour promouvoir le tissu en wax en Afrique. Elles ont instauré la coutume d'attribuer des noms locaux et des significations spécifiques aux divers motifs et pagnes. Pour ces entrepreneuses avisées, chaque tissu raconte une histoire ou communique un message particulier, un stratagème qu'elles ont adopté pour optimiser leurs ventes. Parmi la pléthore de motifs, voici quelques-uns qui ont particulièrement séduit :



Si tu Sors, je Sors

si tu me trompes, je te trompe! Mais plus largement, la femme a aussi des droits!



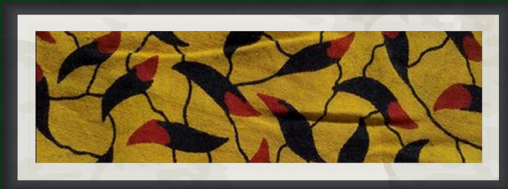
L'œil de ma rivale

où l'on voit que la rivalité joue un grand rôle, le pagne signifiant, «je garde l'œil sur mon mari»



Mon mari est capable

les lèvres pour le message dans un motif récurrent qui peut vouloir dire mon mari a les moyens, mais aussi qu'il est capable... au lit!



Les larmes de Sankara

est un wax qui a été réalisé peu après la mort de Thomas Sankara en 1987. Il était tiers-mondiste, panafricaniste et anti-impérialiste. Il a beaucoup fait pour l'éducation dans son pays.



Les pas de Mandela

est un wax qui a été créé au moment de la libération du leader sud-africain Nelson Mandela

Le passage de Bâton à leurs filles



Chez les **NANA Benz**, le commerce du pagne est bien plus qu'une activité économique, c'est un héritage transmis de génération en génération à leurs filles. Ces femmes, affectueusement appelées les «**Nanattes**», maîtrisent avec talent l'art du commerce du pagne, et elles se préparent maintenant à conquérir une fois de plus l'Afrique.

Le passage de bâton des **NANA BENZ** à leurs filles est une étape cruciale dans l'assurance de la continuité de leur héritage exceptionnel. Ces femmes entrepreneures prospères ont attaché une grande importance à la transmission de leur savoir-faire et de leur entreprise à la génération suivante. Cette transition s'est effectuée avec dévouement et soin, garantissant que l'expertise et l'influence des **NANA BENZ** se perpétuent.



Association des Nana Benz du Togo

La succession se déroule naturellement, habituellement en faveur de la première fille ou de celle montrant le plus d'intérêt pour l'entreprise. Cependant, dans tous les cas, une fille de la famille est désignée pour perpétuer cette tradition inestimable.

Cela permet aux **NANETTES** de maintenir vivante la tradition de l'excellence dans le commerce du textile, tant au Togo que dans toute l'Afrique. Elles suivent les traces de leurs mères en tant qu'entrepreneures prospères, tout en injectant leur propre touche d'innovation et de modernisation dans l'entreprise familiale.

Le futur des NANA BENZ à travers la nouvelle génération appelée les NANETTES

Les **NANETTES**, les dignes héritières des **NANA BENZ**, ont repris le flambeau avec passion et détermination dans le commerce du pagne en Wax. Parmi les figures emblématiques de cette nouvelle génération, on trouve des femmes comme Yvette SIVOMEY, Jacque ATANDJI, Maeva AZIANBLE, Marlène ADANLETE-DJONDO, pour n'en nommer que quelques-unes. Elles sont animées par de grandes ambitions pour l'avenir du commerce du textile au Togo et en Afrique. Ces jeunes entrepreneures sont déterminées à perpétuer l'héritage de succès de leurs aînées tout en apportant des innovations et des idées nouvelles au secteur. Les NANETTES aspirent à promouvoir le «Made in Africa» en proposant des produits de qualité supérieure, tels que le prêt-à-porter en pagnes et des accessoires en wax, qui sont de plus en plus prisés sur le marché mondial de la mode. Leur vision est de consolider la position du Togo en tant que leader du commerce du textile en Afrique et de continuer à écrire l'histoire à succès des NANA BENZ pour les générations futures.



Yvette SIVOMEY
Fille de Nana Benz



Marlène ADANLETE DJONDO
Petite fille de Nana Benz



Jacquie ATANDJI
Petite fille de Nana Benz



Maëva AZIABLE
Arrière petite fille de Nana Benz

MANATEX, le WAX en Famille



Créée dans les années 1960 par une Nana Benz, Mana SEWOA AHIANKPOR, **MANATEX** est aujourd'hui une icône du Wax. Cette entreprise togolaise, transmise de mère en fille sur quatre générations, voit désormais Maeva AZIABLE, l'arrière-petite-fille, prendre les rênes de l'entreprise familiale.



Mana AHIANKPOR ; Marguerite LAWSON



Nadou LAWSON ; Marguerite LAWSON ; Maëva AZIABLE



Manavi AHIAKPOR SEWOA
1^{ère} Génération de Nana Benz



Marguërite LAWSON
2^{ème} Génération de Nana Benz



Nadou LAWSON AZIABLE
3^e Génération de Nana Benz



Maëva AZIABLE
4^e Génération de Nana Benz

Les valeurs ajoutées au commerce du textile introduit par les Nanettes

Les **NANETTES** ont apporté des innovations significatives au commerce du textile en introduisant le concept du prêt-à-porter en pagnes «Made in Africa» et une gamme d'accessoires en pagnes.



Le prêt-à-porter en pagnes «Made in Africa» est une évolution passionnante du traditionnel pagne africain. Les **NANETTES** ont modernisé et adapté les motifs colorés et les designs uniques des pagnes pour créer une gamme de vêtements prêts à être portés, allant des robes aux chemises, en passant par les jupes et les costumes. Ces vêtements incarnent le mariage parfait entre la tradition africaine et la mode contemporaine. Ils sont conçus pour répondre aux besoins et aux préférences de la clientèle moderne tout en

célébrant la richesse de la culture africaine.





Les accessoires en pagnes «Made in Africa» sont une autre innovation populaire des **NANETTES**. Ces accessoires comprennent des sacs à main, des écharpes, des chapeaux, des chaussures et même des bijoux, tous fabriqués à partir de tissus en pagne de haute qualité. Ils ajoutent une touche d'élégance et de couleur à n'importe quelle tenue, tout en mettant en valeur l'artisanat africain. Ces accessoires en pagnes sont devenus très prisés sur le marché de la mode, tant en Afrique qu'à l'échelle internationale.

Les **NANETTES** ont réussi à moderniser le commerce traditionnel du pagne tout en préservant son héritage culturel. Leur créativité et leur vision ont permis de positionner le «**Made in Africa**» comme une marque de qualité et d'élégance, contribuant ainsi à renforcer la réputation de l'Afrique en tant que centre de la mode et de l'innovation.



La digitalisation du commerce du textile

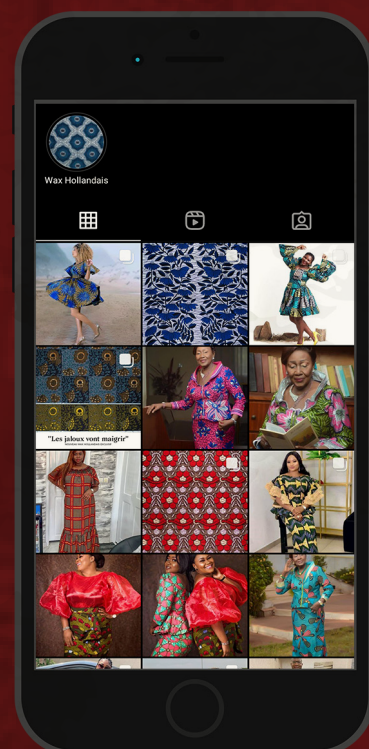


Les **NANETTES** ont apporté une transformation remarquable au commerce du textile en utilisant efficacement les outils de la digitalisation. Elles ont compris que pour toucher un public plus

large, il fallait embrasser la technologie moderne. Par conséquent, elles ont créé une présence en ligne solide en utilisant les réseaux sociaux et en mettant en place des sites web e-commerce.

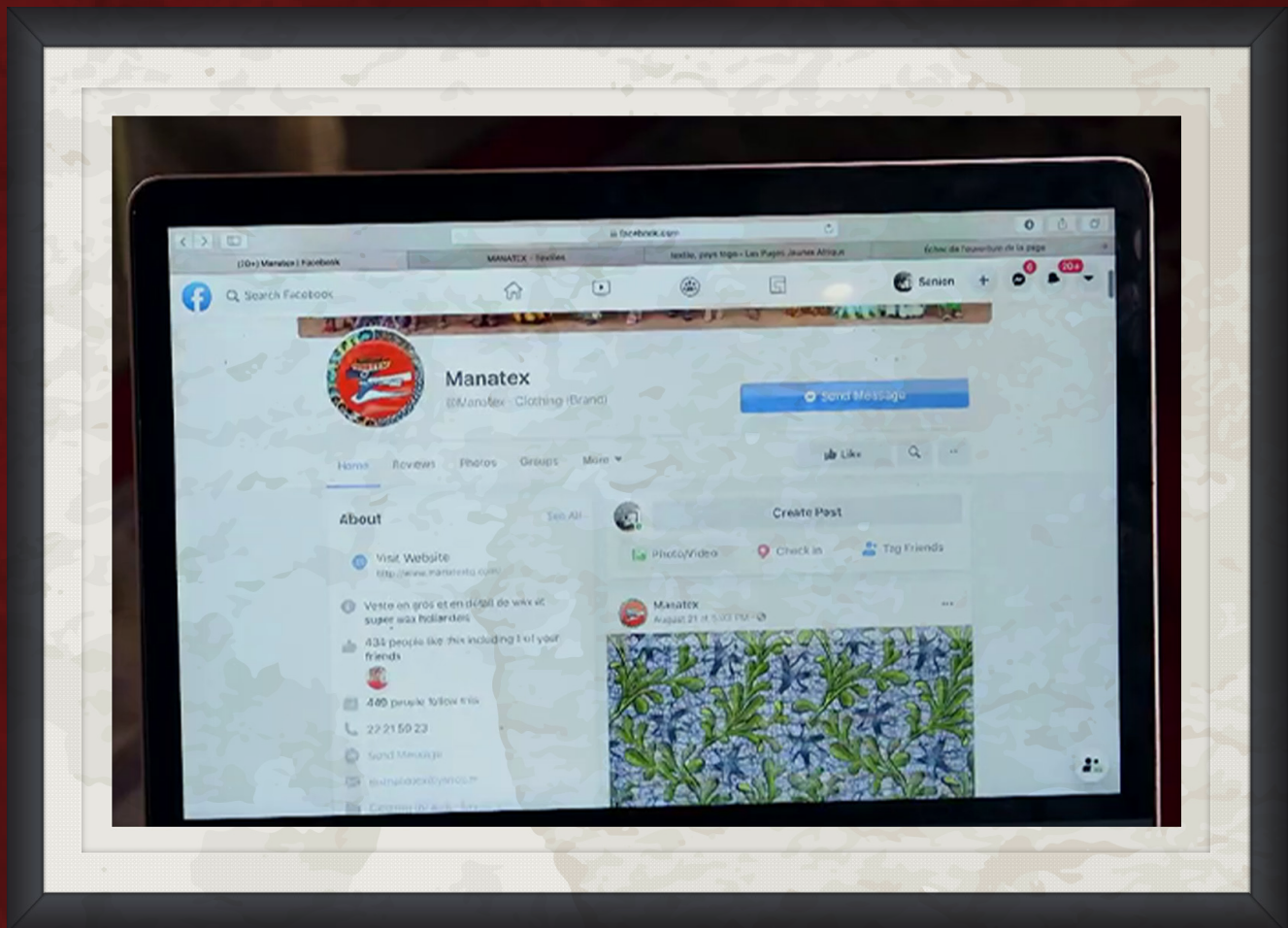
Les réseaux sociaux, tels que Facebook, Instagram et Twitter, sont devenus des plateformes essentielles pour les **NANETTES**. Ils leur ont permis de partager leurs produits, leurs designs uniques et leur histoire avec un public mondial.

De plus, les **NANETTES** ont créé des sites web e-commerce qui permettent aux clients de parcourir facilement leur gamme de produits, de passer des commandes en ligne et de suivre la livraison. Cette approche a notablement élargi leur base de clients, en offrant une plus grande commodité aux acheteurs locaux et internationaux. De plus, les **NANETTES** ont adopté les modes de paiement numériques, y compris les paiements en ligne par carte de crédit et les transferts d'argent



mobile.

La digitalisation a permis aux **NANETTES** de rester en contact direct avec leurs clients, de recueillir leurs commentaires et de répondre à leurs besoins rapidement. Cela renforce la confiance et la fidélité des clients.



Expansion africaine grâce à la facilitation de la ZLECAf





L'expansion des activités des **NANETTES** à travers l'Afrique est grandement favorisée par la **Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf)** et la création du Marché commun africain. Cette initiative historique supprime les barrières tarifaires et non tarifaires au commerce entre les pays africains, favorisant ainsi la libre circulation des biens et des services. Cette ouverture commerciale offre aux **NANETTES** l'opportunité d'exporter leurs produits textiles de haute qualité vers un plus grand nombre de pays africains. De plus, elle encourage la collaboration et le partenariat entre les **NANETTES** et d'autres acteurs du secteur textile à travers le continent, renforçant ainsi leur influence et contribuant au développement du secteur textile en Afrique. En conclusion, la **ZLECAf** joue un rôle essentiel dans l'expansion réussie des activités des **NANETTES** à travers le continent africain.



Conclusion

Les **NANA BENZ** ont laissé un héritage unique dans l'histoire du Togo. Leur réussite dans le commerce du textile a eu un impact considérable sur l'économie du pays et leur influence s'est étendue à la culture, la politique, la philanthropie et l'éducation.

Leur rôle dans l'émancipation des femmes au Togo est également remarquable. Les **NANA BENZ** ont non seulement ouvert la voie à d'autres femmes d'affaires, mais elles ont également contribué à la lutte pour l'égalité des sexes dans le pays.



Copyright ZLECAf 2023